



La vida nocturna en el barrio Las Peñas: entre lo tradicional y lo global

Nightlife in Las Peñas: local tradition meets global youth culture

Toral Reyes, Santiago 

Universidad Casa Grande

Ampuero Cabrera, Ana Belén 

Universidad Casa Grande

Resumen

El objetivo de esta investigación es investigar los hábitos de consumo cultural de los visitantes del emblemático barrio de Las Peñas en Guayaquil, a través de los datos recabados en una selección de locales de entretenimiento. Entre abril y agosto de 2018, se realizaron 140 entrevistas para obtener información sobre los hábitos y las percepciones de los visitantes sobre la escena cultural en Las Peñas. Los resultados muestran que los visitantes más jóvenes prefieren lugares como La Paleta o Diva Nicotina, debido al tipo de clientela que atraen con sus menús gourmet y música alternativa. Los informantes de mayor edad tenían más probabilidades de elegir Artur's Café, percibido como un lugar para congregarse y escuchar "música del recuerdo". A

Toral Reyes, Santiago, <https://orcid.org/0000-0002-6531-1198>, Universidad Casa Grande, storal@casagrande.edu.ec

Ampuero Cabrera, Ana Belén, <https://orcid.org/0000-0001-8173-0897>, Universidad Casa Grande, aampuero@casagrande.edu.ec

Forma de citar este artículo: Toral, S., & Ampuero, A. (2019). La vida nocturna en el barrio Las Peñas: entre lo tradicional y lo global, *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, vol 23, núm. 2, 61-74. <https://doi.org/10.17979/redma.2019.23.2.5740>

pesar de las diferencias en los hábitos de consumo, los entrevistados coincidieron en que la principal motivación para visitar Las Peñas es la variedad de actividades culturales disponibles, así como el sentido de la historia en el vecindario.

Palabras clave: consumos culturales, Las Peñas, Guayaquil, entretenimiento, arte, cultura

Abstract

The aim of this research is to investigate the cultural consumption habits of visitors to the iconic Las Peñas neighbourhood in Guayaquil, based on data from a selection of entertainment venues. Interviews were carried out between April and August 2018 to obtain information about visitor habits and perceptions about the cultural scene in Las Peñas. The results show that younger visitors prefer venues such as La Paleta or Diva Nicotina, because of the kind of clientele they attract with their gourmet menus and alternative music. Older respondents were more likely to choose Artur's Café, perceived as a place to congregate and listen to 'golden oldies'. Despite differences in consumption habits, interviewees agreed that the main motivation to visit Las Peñas is the variety of cultural activities available, as well as the sense of history in the neighbourhood.

Keywords: cultural consumption, Las Peñas, Guayaquil, entertainment, art, culture

1. LAS PEÑAS, EL BARRIO ICÓNICO DE GUAYAQUIL

El barrio Las Peñas está ubicado en las faldas del cerro Santa Ana en Guayaquil, Ecuador. Desde sus inicios soportó grandes incendios e invasiones piratas, lo que provocó que el sector tuviera que levantarse en reiteradas ocasiones. A inicios del siglo XIX Las Peñas retomó protagonismo en la ciudad, pues los solares y predios empezaron a ser adquiridos por las élites guayaquileñas de esa época. En menor proporción residían pescadores, comerciantes y familias de clase media. En los años treinta se dieron cambios drásticos a nivel urbano lo que llevó al adoquinamiento de la calle Numa Pompilio Llona. Ya a mediados del siglo XX las casas fueron abandonadas por sus dueños y arrendadas a artistas, especialmente de las artes plásticas.

En 1973 se declaró a este lugar como Monumento Histórico de la ciudad y entonces el barrio Las Peñas se convirtió en un ícono urbano cultural. Se promovían exposiciones artísticas para las fiestas de la ciudad y los artistas plásticos decidieron asentar allí su residencia formando su asociación, que hoy es la Casa del Artista Plástico (Hoyos, Avilés, 2010).

En los años ochenta, Las Peñas experimentó el abandono de las autoridades locales, por lo que el barrio empezó a ser víctima del hampa y el estado de las casas empeoró considerablemente. En el 2002, durante la alcaldía de Jaime Nebot, el Municipio de

Guayaquil incluyó a esta zona de la ciudad dentro del programa de Regeneración Urbana, que abarcaba a ciertos sectores del centro de la ciudad, el Malecón Simón Bolívar (hoy Malecón 2000) y el cerro Santa Ana.

A pesar de que el trabajo del Municipio no cubrió la restauración de las casas en su totalidad, muchos propietarios decidieron invertir para realizar otros cambios en sus viviendas. Algunos llegaron a establecer sus negocios ahí, por lo que Las Peñas recuperó su atractivo de antaño y se ha convertido en el punto de encuentro de diferentes tipos de público, ahora fusionado con la parte comercial.

2. HACIA CONSUMOS ESTETIZADOS

García Canclini (1993: 42) en *El consumo cultural: una propuesta teórica*, plantea que en este tipo de consumo, prevalece el valor simbólico sobre lo material:

“es el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”.

Douglas e Isherwood (1990) ya habían observado que los bienes además del uso literal que pueden tener dentro del consumo, eran importantes para establecer y mantener relaciones sociales.

Martín Barbero (2010) señala que el consumo es también el lugar de producción de sentido donde “es el uso el que da forma social a los productos al inscribir en ellos demandas y dispositivos de acción que movilizan las diferentes competencias culturales”. Aunque pareciera que el consumidor tiene plena libertad de apropiación, Martín Barbero afirma que las prácticas de consumo se encuentran dentro de un sistema hegemónico que regularía el orden social y por ello los sectores populares buscarían entonces dinámicas para apropiarse y resignificar esos bienes de consumo.

En las últimas décadas las dinámicas de consumo se han acelerado, en parte por los procesos de globalización, que han llevado a la sociedad, según Lipovetsky y Serroy (2015) al capitalismo artístico. El producto o servicio debe entonces adecuarse al volátil consumidor del siglo XXI que no sólo espera la funcionalidad inherente de lo que va a consumir, sino la estética que rodea a esa experiencia. Los atributos diferenciadores entre una marca y otra no son tanto por sus funciones sino por la carga simbólica que están alrededor de esos consumos cada vez más estetizados. Es así como los mercados económicos e industriales empiezan a nutrirse de estéticas artísticas y el mundo del arte comienza a jugar con las leyes del mercado. Ambos mundos, que en otras épocas aparecían separados, encuentran puntos de convergencia en el capitalismo artístico. En medio de todo, el diseño juega un papel fundamental a la hora de crear tendencias en los consumos de cine, teatro, gastronomía, plataformas digitales, etc.

3. LAS CIUDADES CREATIVAS Y SUS ESPACIOS

El capitalismo artístico ha provocado que la oferta cultural en las ciudades empiece a diversificarse y con ello también el sentido de apropiación y consumo de los bienes culturales. El acto de ir al teatro, al cine o cenar en un restaurante, son actividades que se han modificado en función de las nuevas prácticas culturales y en esto la llegada de lo digital ha tenido un gran impacto. La economía y la cultura se han hermanado, desvaneciendo cada vez más esa idea de que algo netamente artístico debe estar desligado de lo rentable, como si lo sustentable económicamente fuera menos valioso en términos artísticos. Esa convergencia ha permitido la aparición de nuevos modelos de negocio como restaurantes de comida fusión, los mercadillos artesanales, los centros culturales autogestionados, que además de obras de teatro ofrecen un servicio de bar acompañado de un ambiente estéticamente agradable que incita a la permanencia más allá de una obra puntual. Todos estos nuevos modelos de negocio fusionados y muchos otros en el campo musical, de artes visuales, de la moda, hacen parte de la oferta de las grandes ciudades y aquellos consumidores que buscan ávidos estas nuevas experiencias conforman lo que Florida (2001) ha denominado la clase creativa. Este grupo se caracteriza por un estilo de vida ligado a la creatividad y a la diversidad, que se sostiene bajo tres pilares fundamentales: Tecnología, talento y tolerancia (Florida en Pratt, 2008). La diversidad y tolerancia se valora en distintas manifestaciones como la aceptación de diferentes etnias, credos, orientación sexual así como también en los consumos: la clase creativa goza de variedad de música, nuevas propuestas de comida y experiencias culturales y nocturnas. Florida (2001) describe esto como la búsqueda de estimulación y la inversión en experiencias de alta calidad. Lo mismo ocurre con los lugares, predomina el valor por lo auténtico, lo original y sitios con atributos culturales. Si un lugar propone una experiencia única, este es más valorado que un lugar que comparte una experiencia que se puede vivir en varios sitios a la vez.

El mundo está lleno de espacios, cada vez más heterogéneos, con los cuales los individuos van generando lazos afectivos. De esta forma los espacios dejan de ser únicamente estructuras físicas sino que se desplazan al campo de lo simbólico en el imaginario de los asistentes. En los espacios se aprenden cosas, se deciden situaciones, se fijan recuerdos. Los estudios de Agnew (2015) acerca de la constitución de los espacios, lo llevaron a hacer un análisis de los mismos: En primer lugar un espacio tiene ante todo, una localización, es decir una serie de coordenadas físicas que determinan su ubicación exacta; en segundo lugar, todo espacio tiene un local, que se refiere a la forma material (estilo arquitectónico, disposición de los espacios, etc.) y eso posibilita distinguir a ese espacio frente a otros. Creswell (2009) señala que en los espacios también se encuentra el sentido de lugar, que tiene que ver con los sentimientos y las emociones que evoca ese espacio. En algunos casos, ese sentido de lugar puede ser

compartido por un grupo de personas, como también puede generar significados muy personales, basados en la biografía de cada asistente.

4. METODOLOGÍA

Este trabajo buscó conocer los estilos de vida de los hombres y mujeres que concurren a los diferentes espacios de la calle Numa Pompilio Llona del barrio Las Peñas: Diva Nicotina, Estudio Paulsen, Rayuela, Casa Marín, Casa Cino Fabiani, La Paleta, Artur's Café. Desde un enfoque cualitativo, para este estudio descriptivo se realizaron, durante los meses de abril y agosto, entrevistas semiestructuradas a 140 personas. El principal criterio de selección fueron hombres y mujeres de 18 años en adelante que asistieran a los diferentes espacios de entretenimiento de la calle Numa Pompilio Llona en el barrio las Peñas.

Se descartaron aquellos sujetos que trabajaban en estos espacios (bartenders, meseros, propietarios, guardias, etc.) y visitantes cuya estadía en cada lugar fuera inferior a los cinco minutos, sin ningún tipo de actividad puntual dentro del establecimiento. Para conservar el anonimato de los entrevistados se les asignó la letra H si fuera hombre y M si fuera mujer.

La guía de preguntas de la entrevista semiestructurada indagó sobre las motivaciones de los asistentes para concurrir a los diferentes espacios así como también identificar las percepciones, apropiaciones acerca del espacio que visitaban y los imaginarios presentes en ellos al pensar en el barrio Las Peñas. En la Tabla 1 se indican las categorías utilizadas y la descripción de las mismas.

Tabla 1. Categorías en la guía de preguntas (fuente: elaboración propia)

Categorías	Descripción
<i>Perfil socio-demográfico</i>	Género, edad, estado civil, nacionalidad, nivel de escolaridad, profesión/ocupación.
<i>Motivaciones de asistencia</i>	Factores que influyen en la decisión de asistir a cada uno de los espacios del barrio Las Peñas.
<i>Hábitos de consumo</i>	Preferencias de consumo, frecuencia de asistencia, tiempo de permanencia, días y horarios de preferencia.
<i>Apropiaciones del espacio</i>	Actividades que realizan los asistentes en cada espacio y las percepciones que tienen sobre el mismo.
<i>Percepciones sobre el barrio Las Peñas</i>	Imaginarios de los asistentes sobre el barrio en función de sus experiencias propias o por relatos de conocidos.

5. RESULTADOS

5.1. Estilos de vida ¿iguales, diferentes según el espacio?

En cuanto a perfil demográfico se pudo advertir que los rangos de edad eran variables. En Rayuela, La Paleta y Casa Marín, predominan los asistentes entre 19 y 35 años, mientras que en Artur's Café hay rangos más amplios, desde 20 hasta 60 años. En Casa Cino Fabiani el público predominante se encuentra los 30 y 45 años, mientras que el Estudio Paulsen posee dos rangos etarios: el primero (el que asiste a sus talleres de artes escénicas) entre 19 y 25, y el segundo, más adulto (entre 30 y 45 años) que asiste principalmente a las obras de teatro. Vale destacar que de los siete espacios que conforman este estudio, dos de ellos (La Casa Cino Fabiani y Estudio Paulsen) son los únicos cuya principal oferta es la actividad relacionada con las artes escénicas. Casa Marín en cambio se maneja como sede de pequeños recitales y mercadillos artesanales. Los demás tienen un claro objetivo de entretenimiento en el consumo de bebidas, comida y música.

Los asistentes a los espacios presentaron diferentes tipos de motivaciones para concurrir. Los clientes de La Paleta y Artur's Café destacaron que el asistir a estos lugares les permite escaparse de su realidad. M56 (24 años, de La Paleta) expresó que al ir a este espacio tiene la sensación de no estar en Guayaquil:

“No es un lugar tan ‘posado’. A mí me fastidia ir a lugares donde la gente está viendo cómo se viste la otra. Yo no soy muy playera ni muy bohemia pero soy complicada y picky. Me gusta ir a lugares donde puedo dejar de ser así. La Paleta es un lugar acogedor que me hace sentir bien”.

En Artur's Café los asistentes también manifestaron que al visitar este lugar pareciera que se transportaran a otro espacio. H56 (33 años, de Artur's Café) señala que la vista al río Guayas es algo que ningún otro bar de Guayaquil ofrece, lo que le permite conectarse con algo más natural y olvidarse momentáneamente de sus ocupaciones laborales.

De igual manera sucede con Casa Marín. El público que concurre lo elige para encontrarse con amigos en busca de un plan diferente. Muchos de los entrevistados manifestaron que la versatilidad que tiene el espacio (puede tener talleres, mercadillos, música en vivo, etc.) incita a visitar el lugar en busca de novedad.

La música fue también otro factor preponderante dentro de las motivaciones de asistencia. De los espacios estudiados se destaca Diva Nicotina, que es el de mayor trayectoria en cuanto a recitales en vivo se refiere. Durante muchos años fue uno de los epicentros musicales de la ciudad y aunque ahora existan espacios similares en Guayaquil, los asistentes siguen motivados por los tributos y conciertos de bandas locales que ofrece Diva.

El ambiente relajado que se respira en Rayuela, propicia no solo que los asistentes disfruten de la música del espacio, sino que además en medio de los tragos y de la emoción de alguna banda en vivo, el público suele levantarse y bailar con los músicos. M23 (26 años, Rayuela) recuerda que una noche su mejor amiga se levantó y pidió cantar una canción con la banda que se presentaba. “Fue muy divertido verla cantar junto a la banda, porque sientes esa libertad de poder hacerlo (en Rayuela) sin tener vergüenza, todos te acolitan, no te hacen el foco”.

La música electrónica, que es uno de los diferenciadores en La Paleta, se coloca como una de las principales motivaciones de asistencia. “Generalmente siempre escuchas reguetón y lo que está de moda. Si vas a la Paleta, vas porque sabes que la música es diferente”, dijo H54 (35 años, La Paleta).

En el caso de Artur's Café, para un grupo de sus asistentes, la música funciona como un viaje en el tiempo, ya que este espacio se caracteriza (sobre todo en el primer piso) por colocar música del recuerdo, clásicos de los años 70, lo que permite que sus asistentes rememoren sus épocas de juventud. M72 (57 años, Artur's Café) mencionó que “los que ya pasamos los cincuenta años, buscamos encontrarnos con nuestra adolescencia. Por eso venimos a Artur's”.

Pasar un tiempo con amigos se colocó también como una de las motivaciones para asistir a estos espacios en Las Peñas. Muchos de los entrevistados de Diva manifestaron que lo hacían para apoyar a algún amigo músico que se estuviera presentando con alguna banda. H8 (22 años, Diva Nicotina) indicó: “las 3 veces que fui, fue porque mi primo se presentaba en vivo. Él toca blues y en ese tiempo le estaba yendo muy bien y lo llamaron de Diva”.

En Rayuela, varios entrevistados asisten por la facilidad que da el lugar para ambientar parte del espacio y hacer una reunión para celebrar a algún amigo o familiar. H32 (40 años, Rayuela) comentó que para el cumpleaños de su esposa, organizó una salida a Rayuela junto con las amigas de ella. “Vinimos acá, trajimos globos, una torta para celebrar. La idea era hacerle algo distinto y fuera de casa”.

La Paleta también es otro lugar propicio para salir con amigos y celebrar cumpleaños, bienvenidas o despedidas. M56 (24 años, La Paleta) destacó que es el lugar de su grupo de amigos es La Paleta. “Las cosas importantes de mi vida (reencuentro con amigos, cumpleaños, despedidas) han sucedido ahí, por eso siempre voy”.

En Artur's Café, como ya se ha expresado anteriormente, parte de los entrevistados que conforman el grupo de adultos por encima de los 50 años, ubican a este lugar como el sitio perfecto para el reencuentro con amigos del colegio. El grupo joven que asiste a Artur's Café y que prefiere ubicarse en el segundo piso, destaca que va con sus amigos al espacio por ser un lugar abierto y donde la música no está a todo volumen. M68 (23 años, Artur's Café) señaló: “Existen pocos lugares aquí en Guayaquil donde

me puedo tomar una cerveza con mis amigos para conversar y poder escucharnos sin gritar”.

Los entrevistados de Casa Cino Fabiani colocan como principal motivación, las obras que se presentan ahí. Durante la etapa de campo, se encontraba en temporada la obra de teatro *Rabia*, del director Sebastián Cordero, quien es un reconocido cineasta ecuatoriano y estaba haciendo su debut como director teatral. Su nombre en sí mismo ya era una motivación para ir a la Cino Fabiani. También la propuesta de la obra resultó un gran motivador, pues Cordero decidió utilizar toda la casa como escenario de la obra. M50 (29 años, Casa Cino Fabiani) dijo: “Fui porque era una obra de Sebastián Cordero, más que nada por su nombre. La obra me la fui a ver dos veces”.

En el Estudio Paulsen la principal motivación es la oferta de talleres de artes escénicas que ofrece. H17 (27 años, Estudio Paulsen) se inscribió en el programa de formación actoral en el que se estudia la técnica Meisner por un año lectivo. Él manifestó que por pasar tantas horas en el espacio, termina asistiendo a otros talleres o a las obras que se encuentran en cartelera.

5.2. Los espacios y sus apropiaciones

En Diva Nicotina, H8 (32 años, Diva Nicotina) mencionó que el espacio es el lugar ideal para los que “quieren salir de su *playlist* y probar nuevas experiencias musicales, sobre todo tributos de bandas que nunca vas a volver a escuchar en vivo”. Diva sería un lugar que funciona para quienes están empezando a probar otro tipo de música:

“Es un lugar para gente que recién está entrando en la onda de las bandas y música que no es *mainstream*. Cuando ya has escuchado más cosas, los tributos en Diva ya no te llaman la atención. Si quieres escuchar música inédita, es mejor ir a un festival de música”. (M5, 22 años, Diva Nicotina)

Para varios de los entrevistados Diva Nicotina tuvo su época de oro, porque en él se presentaron bandas reconocidas de la ciudad. H5 (23 años, Diva Nicotina) dijo: “Los artistas querían ir a tocar a Diva. Tenía cierto prestigio estar en ese escenario. Por eso seguro ahora va menos gente también, al menos eso parece en mi círculo de amigos”. Rayuela tomó un poco del concepto de Diva, al colocar música en vivo como uno de sus principales atributos así como también la escasa luminaria para dar un ambiente más íntimo. El público asistente a Rayuela destaca los shows musicales como lo mejor que ofrece en el espacio.

Hay entrevistados como M21 (27 años, Rayuela) y H33 (27 años, Rayuela) que señalaron la escasa iluminación como un factor positivo, ya que permite que nadie se sienta observado dentro del espacio y le da a la salida un toque romántico. H28 (36 años, Rayuela) contó que Rayuela fue el lugar ideal para llevar a una chica con la que estaba saliendo:

“Es un espacio íntimo, que nos permitió conocernos más, disfrutar de la música y todos en sus mesas cada uno en su mundo. Eso se debe creo al ambiente con poca luz, que te da ese toque”. (H28, 36 años, Rayuela).

Sin embargo, hay quienes preferirían un poco más de iluminación para poder realizar fotos y videos del momento que han vivido en Rayuela. M24 (34 años, Rayuela) indicó que debido a eso, no pudo grabar bien videos sobre la salida. M26 (37 años, Rayuela) también consideró la iluminación como un problema. “Es muy oscuro no se puede interactuar correctamente con las personas, es más un lugar para ir a ver el espectáculo y beber. Detesto el hecho de tener que ponerme la vela en la cara para poder leer el menú”, indicó M26 (37 años, Rayuela).

Los entrevistados del Estudio Paulsen indicaron que en el espacio se respira un ambiente “bohemio” y colonial, al ser una casa patrimonial donde vivió Antonio Neumane, autor de la música del Himno Nacional del Ecuador. M13 (24 años, Estudio Paulsen) expresó que el Estudio Paulsen es: “un espacio elitista porque se dirige a un específico grupo social, que tiene cierto poder adquisitivo. No son obras comerciales y tampoco son entradas baratas”. M14 (25 años, Estudio Paulsen) estuvo de acuerdo con esta apreciación sin embargo, manifestó que “es un lugar donde se preocupan por la producción, hay un interés por desarrollar el arte en la ciudad a través de los talleres y las obras que presentan”.

Casa Marín está posicionado como un lugar familiar, en el que se puede caminar, respirar el aire del río y comprar algún producto de los mercadillos artesanales que organiza el espacio. H34 (28 años, Casa Marín) contó que los domingos suele ir con su familia a caminar por Las Peñas y “nos llamó la atención los banderines y la feria de artistas que había, así que entramos todos para ver que había en la casa. Ya he ido a varios eventos”.

No obstante hay eventos dentro de la Casa Marín que han tenido tanta acogida del público que las dimensiones del espacio terminan siendo un punto en contra. El Craft Beer Fest, que fue un evento de cervezas artesanales con música en vivo, atrajo un público mayor del que se podría permitir la casa, lo que ocasionó la molestia de varios asistentes. M33 (27 años, Casa Marín) indicó que “el espacio es pequeño, deberían controlar más el número de personas que ingresan”.

Sobre la Casa Cino Fabiani, la mayoría de los comentarios se enfocaron en el diseño arquitectónico del lugar. Varios de los entrevistados manifestaron que el ambiente los hace sentir acogidos, debido a la decoración antigua de sus mobiliarios y los techos altos.

“Cuando voy a la Cino Fabiani, siento que estoy en otro mundo, como que volviera a las raíces de los guayaquileños. Siento que ese es el *feeling*, especialmente porque está en Las Peñas”. (M43, 50 años, Casa Cino Fabiani)

Los entrevistados indicaron sentir mucha calidez en el lugar no solo por su aspecto de casa antigua sino porque “es un lugar donde te encuentras a muchas personas, amigos, conocidos y gente del arte”, señaló H39 (28 años, Casa Cino Fabiani).

Quienes presentan mayores quejas hacia el espacio son las personas de mayor edad. M49 (63 años, Casa Cino Fabiani) dijo no sentirse muy cómoda dentro de la casa, ya que hace mucho calor. Al interior de la casa, en las áreas comunales no existen aires acondicionados para paliar el calor que se concentra al interior. Como solución se han colocado ventiladores pero para M49 no resultan suficientes.

Los asistentes de La Paleta consideran que es un lugar artístico y poco tradicional, debido a la música que ponen, el menú de piqueos, bebidas y la decoración del espacio. M59 (31 años, La Paleta) lo describió como: “Poco convencional, de estilo de vida libre. Hay mucho arte y cultura en las paredes, en las mesas, en los baños”.

H52 (20 años, La Paleta), quien asistió por primera vez a La Paleta durante la etapa de campo de este trabajo, se refirió a La Paleta:

“Parece una casa encantada, el ambiente es todo rojo y te transportas a lo cultural de Guayaquil. Al pasar la puerta, entras a otro sitio o a varios porque tiene muchos rincones. Lo bueno es que ves todo eso aun cuando estás en Las Peñas”. (H52, 20 años, La Paleta).

En La Paleta muchos entrevistados encontraron un aire de rebeldía. Algunos consideraron que el estilo de La Paleta les recuerda a Montañita, célebre balneario ecuatoriano que tiene un aspecto hippie, vida relajada, con muchos surfers y fiestas.

“Es rústico pero *cool*, como Montañita. Toda esa decoración con madera, con variedad de colores. Le da como un toque playero y europeo a la vez, una mezcla así, quizás en los cuadros, en los objetos colgados, en los muebles de madera”. (M61, 26 años, La Paleta).

La propietaria de La Paleta también juega un rol muy importante dentro de la percepción que se genera sobre el lugar. Muchos de los asistentes la conocen o han establecido contacto con ella debido a la presencia constante en su propio negocio. Su estilo informal hace que los entrevistados sientan que ella es el alma de La Paleta.

“La Paleta es la esencia de ella. Cuando un lugar es *chévere*, la gente siempre se pregunta de quién será. Me parece que es único en Guayaquil, no he oído un bar que tenga así en Guayaquil, esa vibra tan única”. (H54, 35 años, La Paleta)

M60 (23 años, La Paleta) opinó también sobre la propietaria: “No es un lugar muy comercial. A ella no le importa si te gusta o no su estética o sus tragos, no le importa si no te gusta su música porque nunca va a cambiar”. Al percibirse La Paleta como un lugar con personalidad M56 (24 años, La Paleta) señaló: “El ambiente no está comercializado, como esas discotecas en Urdesa que se hacen rooftop para estar de moda. Paleta sigue siendo Paleta”.

En Artur's Café, sus asistentes tienen muy clara la personalidad del espacio. "Es un lugar que te remonta a otra época, en tiempos que no estábamos tan americanizados, en la que aún conservábamos nuestra esencia", señaló M68 (22 años, Artur's Café), quien pese a su edad, afirma disfrutar más de la música del primer piso que la del segundo. Así como ella, varios entrevistados indicaron que Artur's posee un estilo tradicional que no ha pretendido ponerse a tono con los bares y restaurantes de moda, muchos de los cuales son franquicias extranjeras.

Al igual que en La Paleta, en Artur's Café, la figura del dueño es clave para los asistentes, pues conversa con los clientes, hace bromas, genera un ambiente de confianza y dependiendo de la noche, él mismo canta, lo que genera un momento de intimidad en ese primer piso al que acuden adultos por encima de los 40, 50 años.

5.3. Imaginarios sobre Las Peñas

H10 (23 años, Diva Nicotina) señala que Las Peñas es un barrio que permite establecer conversaciones profundas en lugares como La Casa Cino Fabiani, La Paleta, Artur's Café, así como también un ambiente más "fiestero" en sitios como Rayuela o Diva Nicotina.

M68 (22 años, Artur's Café) coincide en pensar que concurrir a Las Peñas ofrece un tipo de experiencia diferente:

"El barrio Las Peñas para mí es como cambiar de ambiente en la ciudad, porque generalmente los otros lugares tienen estructura parecida: mismo tipo de calles, la bulla del tráfico. En cambio en Las Peñas, la gente tiene que obligatoriamente parquearse lejos y caminar. Eso es bueno porque te topas con mucha gente que está paseando. Hay un buen ambiente cuando traes gente de afuera para que conozca un poco la ciudad". (M68, 22 años, Artur's Café).

La experiencia diferente que propicia Las Peñas también hace que los entrevistados se sientan más relajados a la hora de vestirse. Tienen la sensación de que nadie los mira o los juzga, pues todos van generalmente con un vestuario entre casual e informal. Señalaron que es difícil identificar el estatus social de alguien por su apariencia en Las Peñas.

El barrio Las Peñas es también visto como un lugar que parece haberse quedado detenido en el tiempo. Al ser la cara histórica de la ciudad, muchos consideran que Las Peñas es una visita obligada cuando algún turista viene a conocer Guayaquil.

"Si viene un amigo tuyo extranjero y lo traes a la ciudad, saber que lo puedes llevar al Malecón y que después se pueden tomar unas copas en Diva o que primero van a ver una obra de teatro que está cerca y caminando te quedas en Rayuela o en la Paleta (...) me traslada a una época como que abro la puerta y paso una línea de tiempo". (H30, 35 años, Rayuela)

Algunos señalaron el cambio que experimentó Las Peñas cuando empezó el proceso de Regeneración Urbana. Según sus relatos, Las Peñas antes era un barrio al que sólo se iba para las fiestas de fundación o independencia de la ciudad, era un lugar descuidado y en el que se respiraba mucha inseguridad. Muchos de ellos expresaron que la imagen de Las Peñas es otra.

“Me parece que es un sitio con el que ahora estamos bien representados. Es un sitio que con el pasar de los años, siempre se mantiene limpio (...) no tienes esa sensación de años atrás de que caminabas al lado de la basura. La policía también te da esa seguridad que uno también necesita, porque es un sitio turístico”. (M65, 27 años, La Paleta).

Para otros entrevistados, la Regeneración Urbana en Las Peñas no cambió radicalmente la realidad del barrio. Algunos consideran que solo se han restaurado las fachadas de la Numa Pompilio pero que la parte adyacente donde se encuentra el Cerro Santa Ana, tiene ciertos sectores no regenerados, lo que provoca desconfianza en algunos asistentes. Aunque ninguno de los entrevistados ha sufrido una situación de peligro, sí recomendaron tomar precauciones. “A las dos de la mañana no te puedes poner a caminar así nada más por la calle. Tienes que ir directo a tu carro o a un taxi, si tienes quien te acompañe, mejor”, expresó H11 (29 años, Diva Nicotina).

Muchas de las mujeres entrevistadas manifestaron su miedo de caminar solas por la Numa Pompilio especialmente a altas horas de la noche. Indicaron que como la luminaria de la calle es tenue y la calle empedrada dificulta caminar con rapidez, se han sentido un poco preocupadas por su integridad. “A veces cuando camino sola me da miedo que se me aparezca alguien y me pueda hacer daño, pienso que deberían poner más guardias a lo largo de la calle”, dijo M29 (22 años, Casa Marín). Otros entrevistados como M9 (25 años, Diva Nicotina), señala que la inseguridad es algo que se percibe en toda la ciudad y que no es exclusividad de Las Peñas. “A veces hasta me siento más segura en Las Peñas, que en otros sectores de la ciudad”.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En términos de Florida (2001) se identifica que en Guayaquil ha empezado a emerger una clase creativa que está ávida de nuevas experiencias y que considera que los establecimientos del barrio Las Peñas, se destacan de otros lugares de la ciudad por esa fusión entre lo tradicional-histórico y lo global (decoración, música, teatro inmersivo, etc).

Dentro de esa clase creativa guayaquileña fue posible identificar que las características de rango etario y sus motivaciones variaban dependiendo del espacio que se analizaba. Ciertos espacios como Diva Nicotina o La Paleta son elegidos por personas más jóvenes, mientras que Artur's Café atrae a un público más adulto que busca música del recuerdo. Asimismo, espacios como la Casa Cino Fabiani, Casa Marín y Estudio Paulsen

tienen un público más relacionado con consumos artísticos que rompen con las formas tradicionales.

Para los asistentes es importante la presencia de los propietarios dentro de los establecimientos. Ellos se vuelven una especie de emblema del espacio, como sucede con los dueños de La Paleta y Artur's Café, quienes se relacionan con sus clientes de manera cordial y producen un ambiente de familiaridad dentro del lugar.

La Regeneración Urbana emprendida por el Municipio de Guayaquil a inicios del siglo XXI cambió la realidad de la calle Numa Pompilio Llona y la mayoría de los asistentes percibe el impacto como positivo. Aunque el sentido de lugar (Creswell, 2009) que proporciona Las Peñas todavía está ligado a una etapa en la que el barrio era inseguro y a la vez icónico de la ciudad, los asistentes manifestaron orgullo por la imagen actual en la que pueden recorrer sus locales en una misma calle.

Los sitios tradicionales de Las Peñas, todavía están acoplándose a las dinámicas de un mundo globalizado donde convergen la cultura y economía como mencionan Lipovetsky y Serroy (2015). Esto queda evidente en espacios como el Estudio Paulsen y la Casa Cino Fabiani, que desde el 2018 han comenzado a implementar estrategias comerciales para atraer a un público más amplio.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agnew, J. (2015). *Place and politics: the geographical mediation of state and society*. Boston: Allen & Unwin.

Creswell, T. (2009). *Place*. Amsterdam, Holanda: Elsevier. Recuperado de: <https://booksite.elsevier.com/brochures/hugy/SampleContent/Place.pdf>

Douglas, M., & Isherwood, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. Ciudad de México, México: Editorial Grijalbo.

García Canclini, N. (1993). El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En: García Canclini, Néstor (coord.), *El consumo cultural en México*. (15-42). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Florida, R. (2001). *The Rise of the Creative Class [El surgimiento de la clase creativa]*. Washington Monthly. Recuperado de <https://washingtonmonthly.com/2001/05/01/the-rise-of-the-creative-class/>

Hoyos, M. & Avilés, E. (2010). *Las Peñas: La Historia*. Ecuador: Poligráfica. C.A.

Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo*. Barcelona, España: Anagrama.

Martín Barbero, J. (2010). *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona, España: Editorial Anthropos.

Pratt, Andy C. (2008). *Creative cities: the cultural industries and the creative class*. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 90. Recuperado de: <http://eprints.lse.ac.uk/20704/>