

Dinámicas comerciales y dinámicas residenciales en San Francisco*

Sonia Lehman-Frisch

École Normale
Supérieure, París
sonia.frisch@wanadoo.fr

INTRODUCCIÓN

EN ESTADOS Unidos la atención de los investigadores interesados por el tema del comercio se ha enfocado recientemente hacia el fenómeno de los *shopping malls* (centros comerciales), sobre todo los de San Francisco;¹ en esta ciudad, pese a todo, las formas tradicionales de comercio han conservado plena vitalidad, en especial las de sus calles comerciales.

Aún con la competencia creciente del resto de la aglomeración, el comercio al detalle es próspero en el centro de la ciudad, ya que, por ejemplo, genera más de la cuarta parte del total de los ingresos locales (*gross receipt*) y da empleo a no menos de la tercera parte de los sanfrancisqueños.² El sector servicios,³ en el que está incluido el comercio al detalle, creció 15.5%, entre 1993⁴ y 1998, dentro de los límites administrativos de la ciudad.⁵ Ahora bien, en cuanto al territorio municipal –incluso si el Downtown ocupa un lugar especial por la atracción que ejerce en la totalidad de la aglomeración– es, en última instancia, en los barrios residenciales donde tiene lugar la mayor parte de la actividad comercial de la ciudad. Desde el decenio de 1970, éstos no dejan de aumentar en la rama de comercio al detalle: en 1992, los comercios de barrio ocupaban a 79.7% de la población activa del sector, agrupaban a 83.3% de las tiendas y realizaban 79.8% de las ventas gravables de la ciudad, en comparación con 73.9, 79.6 y 75.8%, en 1982.⁶ En los barrios, los espacios comerciales, llamados *neighborhood shopping districts* por los urbanistas municipales, se encuentran bajo la forma de concentraciones de tiendas en algunos terrenos (*neighborhood cluster*) o de pequeños centros comerciales (*shopping center*). Pero la calle comercial es, con mucho, el modelo de distrito

comercial más común, ya que alcanza 83% de la superficie total de las zonas comerciales de la ciudad.⁷

El comercio al detalle sigue siendo, pues, una actividad primordial en San Francisco, y las calles comerciales son evidentemente una de sus formas principales. La cuestión que nos planteamos aquí es comprender las fuentes de la vitalidad de esta forma de comercio urbano y conocer cuáles han sido sus fluctuaciones en el tiempo, sobre todo en relación con las grandes evoluciones demográficas que experimentaron las ciudades norteamericanas durante la segunda mitad del siglo xx. En otras palabras, analizaremos las relaciones existentes entre las dinámicas demográficas o residenciales y las dinámicas comerciales en los barrios de una ciudad central.

Este estudio se basa en el ejemplo de tres calles comerciales de San Francisco, ubicada cada una en el seno de un barrio representativo de una categoría de espacios urbanos que encontramos en la mayoría de las grandes ciudades de Estados Unidos. La calle 24 en Noe Valley está situada en un barrio de clase media, de blancos, de nivel socioeconómico acomodado, que los habitantes de la ciudad suelen tachar de *yuppie* (es decir, donde reside una mayoría de ejecutivos jóvenes, los *young urban professionals*). A unos cientos de metros al oeste, está la calle 24 en Mission, el conocido barrio de inmigrantes hispanoamericanos de San Francisco. Por último, el barrio de la calle Polk es más difícil de definir: situado a las orillas del Downtown, es más denso que los anteriores y étnica, y socialmente, más diversificado, con una fuerte minoría china que pocos habitantes de la ciudad mencionarían si tuvieran que hablar de este barrio, por las razones que examinaremos más adelante. Estos barrios no han sido siempre como son hoy, y resulta interesante estudiar los procesos que los han llevado, desde los años 1950, a tener el aspecto actual, prestando especial atención a sus vínculos con la calle comercial.

* Traducción: Josefina Anaya

DE LA HOMOGENEIDAD A LA DECADENCIA DE LAS CALLES COMERCIALES DE BARRIO

Por definición, sólo si tomamos en cuenta la dimensión temporal, podemos analizar las dinámicas y sus interrelaciones. Si comenzamos nuestro viaje en el pasado, hacia los años 1950, es para demostrar, partiendo del estudio original de los tres barrios, la tesis recurrente en la literatura de los Estados Unidos según la cual los diversos barrios estadounidenses de esa época presentan un carácter relativamente homogéneo, con una calle comercial dinámica que constituye su centro de gravedad.

Vitalidad y homogeneidad de la escena comercial en el decenio de 1950

La ciudad de San Francisco para esas fechas goza de un comercio al detalle floreciente y puede enorgullecerse, por ejemplo, de ocupar el segundo lugar nacional en volumen de ventas del comercio al detalle por habitante, en 1948.⁸ El Downtown no es el único espacio donde se concentra esta actividad: las calles comerciales de barrio participan en gran medida de esta dinámica; a fines del decenio anterior, cuando menos 10 000 personas al día acuden, para hacer sus compras, ir al cine, comer, beber una copa, ir al médico o al dentista, a alguno de los 12 barrios delimitados por el Planning Department, con excepción de los barrios situados al sudeste. Lo que llevó a los urbanistas a concluir que: “En una medida sin duda jamás rebasada en ninguna ciudad de Estados Unidos, los distritos comerciales son el centro de gravedad para los habitantes del entorno inmediato.”⁹ Ahora bien, la vitalidad de estas calles comerciales va de la mano de una notable homogeneidad en el paisaje y en la función en toda la ciudad. Estas dos características están muy ligadas a la dinámica demográfica de los barrios de la época.

Así, en cada uno de nuestros barrios en estudio, la distribución de las tiendas por tipo de comercio y por calle muestra la similitud de la composición general de su calle comercial.¹⁰ En las secciones estudiadas de la calle Polk y de los dos segmentos de la calle 24 –en Mission y en Noe Valley– hay una cantidad comparable de comercios (alrededor de 150; un poco menos en Noe Valley, ya que el segmento de calle también es más corto). Entre las categorías de comercios más importantes están, *a*) las tiendas especializadas en un tipo de producto alimenticio (*specialty groceries*): panaderías, carnicerías, frutas y verduras, y también dulcerías, heladerías, etc.; *b*) si agregamos los comercios generales (*general groceries*), categoría donde se clasifican los mercados (*markets*), las tiendas de comestibles no especializadas (*grocery stores*), y las tiendas de licores (*liquor stores*), que también pueden vender productos alimenticios, los almacenes de comestibles representan alrededor de una cuarta parte de los comercios en cada barrio.

Calle Polk. Los comercios de la calle Polk no sólo son frecuentados por una clientela de origen asiático: en ella funcionan un restaurante de comida rápida americana, el Bob's; una cafetería, la Royal Groud; un establecimiento con productos tipo papelería, el Nicky's; una tienda de arreglo de calzado, el Frank's; del otro lado de la calle, el restaurante Sushi Rock ofrece los tan de moda *sushis* japoneses, pero sus propietarios son de origen estadounidenses y su clientela está conformada por típicos blancos. (Foto de la autora, octubre 2000).



La proporción de tiendas clasificadas como “otros tipos de comercios y servicios” es también semejante en cada barrio, siendo algunos más prominentes que otros. Si tantos residentes se acuerdan de los *barber shops* –barberías– o de los *beauty shops* –salones de belleza–, su equivalente femenino, es porque eran muy numerosos: los hombres solían ir a que los rasuraran todos los días. También las lavanderías y las tintorerías son instituciones sin las cuales la vida cotidiana era inconcebible. Tampoco hay calle comercial de barrio que carezca de esa multitud de pequeños negocios como las mercerías, las farmacias, los talleres de reparación de diversos objetos o los vendedores / reparadores de radios y otros aparatos eléctricos, etc. Finalmente, aunque no estén enumeradas junto con los comercios de nuestras calles, por no tener acceso directo, las iglesias y sus escuelas, en su caso, son datos importantes del barrio: las iglesias católicas, en los dos primeros barrios (Saint Peter en Mission y Saint Philip en Noe Valley), y las protestantes en el tercero (Old First Church, por ejemplo).

Todos los habitantes se acuerdan también del cine, establecimiento que no puede faltar en el barrio, acompañado siempre de una tienda de helados (*ice-cream parlor*) o de dulces (*candy shop*). En la calle 24 de Mission, “... el Roosevelt Theater existía ya, y era muy bonito. Muchos niños y adolescentes iban a la función de los sábados y domingos en la tarde. En esa época yo dejaba ir solos a mis hijos, cosa que no haría hoy”.¹¹ Noe Valley también tiene un cine: “Parecía que pasaban las películas en tres etapas. Primero las pasaban en el centro de la ciudad, en los grandes cines. Luego había una segunda ronda, cuando las pasaban en la calle Mission y otras calles similares. En la tercera ronda pasaban en los cines de barrio. Teníamos la oportunidad de ver tres veces una película. Claro, la televisión acabó con los cines de barrio. Hubo en total cuatro cines, uno a la vez, en la calle 24, desde la época del cine mudo hasta los años 1950. En los últimos tiempos del Noe Theater, lo alquilaban a una organización religiosa.” Un antiguo habitante del barrio Polk recuerda haber tenido que hacer largas colas de espera antes de poder entrar al Royal Theater, que también ahora se alquila la tarde de los sábados o los domingos a una institución religiosa, la First Church of Christian Science, para conferencias.¹²

En términos de distribución geográfica de los tipos de comercio, las calles comerciales ofrecen un esquema que se reproduce casi indefectiblemente de una calle a la otra: cada cuadra está dotada de cuando menos un establecimiento de comida de cualquier tipo. Otro rasgo contribuye en gran medida a la impresión de homogeneidad de las calles comerciales: en su gran mayoría, los comercios se bautizan con el nombre, o el apellido, de su propietario, que se yuxtapone a la función de la tienda. Hay, por ejemplo, una tienda Kent's Delicatessen, una Frank's Flower Shop, un Ricci's Market, una Guido's Barber Shop, un Gadd's Market, un Meyer's Variety Store, etc.¹³ Este proceder atestigua la personalización de los contactos entre comerciantes y clientes, y le da un carácter relativamente universal.



Calle 24 Mission. La mayoría de los establecimientos comerciales de la calle 24 fueron pensados para la población de origen hispano del barrio: la agencia de viajes California Travel se especializa en los viajes entre Estados Unidos y América Central o Estados Unidos y México; El Delfin es un restaurante salvadoreño: su público no se pierde las retransmisiones televisadas de este lugar cuando se trata de partidos en los que juega algún equipo latinoamericano; frente al Rancho Grande, tienda de abarrotes con frutas y productos procedentes de una América más al sur, discuten dos parroquianos; uno de ellos viste sombrero y botas indudablemente mexicanas. (Foto de la autora, octubre 2000).

Pese a algunas variaciones debidas a la densidad respectiva de estos barrios, a su ubicación en el seno de la ciudad o a su nivel social, la calle Polk, la calle 24 en Mission y la calle 24 en Noe Valley presentan un aspecto de conjunto asombrosamente similar. San Francisco se parece a muchas otras ciudades de Estados Unidos de esa época, por lo que un investigador llegó a la conclusión de que “el escenario comercial era prácticamente el mismo en todos los barrios”.¹⁴

Esta sorprendente similitud de las calles comerciales es el reflejo de la homogeneidad demográfica, económica y social que caracteriza a esos tres barrios de San Francisco, así como a la mayoría de las grandes ciudades estadounidenses de este decenio. La inmigración era casi nula desde los años 1930: en San Francisco, en 1920 el porcentaje de habitantes nacidos en el extranjero era de 30, mientras que en 1950 desciende a 15. Los hijos y las hijas de los inmigrantes que llegaron a la ciudad durante los años de gran inmigración forman la mayoría en estos barrios desde entonces; los lazos con su cultura de origen se han debilitado.

Otra característica común de estos barrios, que explica su similitud y su composición social, es que están habitados sobre todo por personas de clase social modesta. En Mission y en Noe Valley, los obreros, artesanos, vendedores y oficinistas representan cerca de dos tercios partes de la población activa. En Polk, todavía constituyen 56%, a los que hay que agregar la presencia de profesionistas y directivos (un cuarto de la población activa). Pero si bien la mayoría de los habitantes de estos barrios realizan oficios poco calificados, cabe recordar que en Estados Unidos, entre 1945 y 1960, el salario medio de un trabajador aumentó 50%:¹⁵ tanto para los trabajadores de cuello blanco como para los de cuello azul, los años 1950 fueron fastos. El ingreso anual medio de San Francisco era de alrededor de 3 000 dólares; el de Polk y Mission era más o menos el mismo y el de Noe Valley un poco mayor (3 400 dólares).¹⁶

Así pues, esta relativa prosperidad refleja el dinamismo de las calles comerciales del decenio de 1950. Además, frecuentadas por poblaciones cuyas diferencias culturales tienden a desaparecer, y que se identifican más con la clase media, nuestras tres calles tienen decididamente un aire de familia.

Decadencia de las calles comerciales en el siguiente decenio

Con un pasado notablemente similar, esas tres calles sufren considerables transformaciones que ilustran las tendencias que están en marcha en muchas de las grandes ciudades de Estados Unidos en este periodo de extensas conmociones urbanas que son los años 1960 y 1970, caracterizados ante todo por la afluencia masiva de ciudadanos hacia los suburbios, las grandes oleadas de inmigración y el abandono del centro de las ciudades en manos de las poblaciones menos favorecidas, y después por los inicios de la nueva economía de servicios y el tímido regreso de los jóvenes profesionistas a la ciudad. En cierta medida, las zonas que venimos analizando se ven afectadas por estos grandes movimientos, y aquí es donde resulta interesante ver cuáles son las consecuencias de éstos en las calles comerciales de barrio. Después de la prosperidad de los años 1950, estas tres calles comerciales y sus barrios atraviesan un decenio de relativa decadencia, que se refleja claramente en el paisaje de la calle comercial, y que se explica con algunos factores sociales y demográficos.

Durante el decenio de 1960, las calles comerciales dan la impresión de una somnolencia que marca a sus habitantes. Los de Noe Valley, en especial, recuerdan la poca actividad que animaba a la calle 24 en esa época: “La calle comercial estaba casi muerta en los años 1960” —rememora el actual presidente de la Asociación de Comerciantes y Profesionistas de la calle 24. Un agente inmobiliario lo confirma: “La calle comercial no estaba realmente moribunda, pero sí estancada. No era animada ni tenía vida en esa época. Poca gente caminaba por las aceras.”

“A principios de los años 1970 había muchos locales vacíos”. Habitantes y comerciantes, tanto los antiguos como los recién llegados, recuerdan la cantidad de espacios comerciales vacantes a lo largo de la calle 24 en Noe Valley. Las otras dos calles de nuestro estudio se vieron afectadas por el mismo fenómeno, aunque en menor medida. El número de locales vacíos indicado en el *Polk's San Francisco Directory* de 1965 es de 10% para la calle 24 en Noe

Valley y 6% en Mission, y un poco menos de 5% para la calle Polk. Estas tasas son tanto más importantes cuando se comparan con las de 1953, en que las tiendas vacantes representaban entre 2% y 3% del total de los comercios de las tres calles comerciales.

En cuanto a la composición de los comercios, ninguna de las tres calles muestra mayores cambios en comparación con el decenio de 1950, salvo por una sensible disminución de los comercios de alimentos, que se relaciona con el desarrollo de los supermercados en todos los barrios de la ciudad y sobre todo con los tres Safeways que se instalan en la proximidad de esas calles. En los tres barrios se conservan la mayoría de los pequeños comercios que caracterizaron a los años 1950, como las farmacias (hoy no queda ninguna), las panaderías, las carnicerías, las ferreterías, las Five & Dime Stores, etc. Pero la aparición de ciertos tipos de tiendas apunta al difícil periodo por el que pasan estas calles: tiendas especializadas en la venta de productos de segunda mano (*thrift stores*) en la calle 24 en Mission (Norma's Thrift Store, Rodriguez Thrift Store, St Vincent de Paul Thrift Store) y en la calle Polk (Volunteers of America Thrift Store y Goodwill).

Cabe relacionar la apatía de estas tres calles comerciales con las transformaciones sociales y demográficas de su barrio. Una comerciante de la calle 24 describe Noe Valley tal como la conoció cuando compró ahí una mansión en 1975: "El barrio era más bien una barriada decrepita y sucia, muy modesta [*low key*]. No se consideraba para nada un barrio de moda; con muchas personas de edad, porque había pasado por él toda una generación de familias. Cuando nos mudamos, la tendencia era que las personas se jubilasen, se mudaran a los suburbios o fallecieran. Fue entonces cuando se empezaron a renovar las casas".

Efectivamente, entre 1950 y 1980 los tres barrios se vacían o, cuanto más, se estancan: la calle Polk y la 24 en Noe Valley pierden respectivamente 11.3% y 15.8% de su población (el municipio en conjunto pierde 12.4% de sus habitantes en el mismo lapso), mientras que la calle 24 de Mission sigue una lógica algo diferente, al perder un modesto 1% de su población gracias a la afluencia de inmigrantes hispanos. Tal como recuerda nuestra testigo, esta tendencia a la dispersión residencial es una realidad que afectó a San Francisco tanto como a otras ciudades del país, ya antes de los años 1950 y 1960. "En los años 1930, 1940 y 1950 la gente compraba sus primeros suburbios [*sic*] en las Avenidas [barrios al oeste de la ciudad]. Luego, empezaron a irse más lejos. Nadie pensaba más que en irse a los suburbios, es lo único que querían. Incluso cuando yo me casé, en el decenio de 1970, todos mis amigos lo hacían. Pero yo dije que no quería irme para allá." Cabe anotar, sin embargo, que esta desafección por la ciudad se limita a San Francisco, como indican las tasas de alojamientos desocupados, que en Noe Valley y en Mission nunca rebasaron un muy razonable 5% el cual se elevó a un máximo de 8% en los alrededores de la calle Polk en 1960.

Es conveniente tomar con precaución la opinión de que los barrios urbanos sufren un envejecimiento demográfico radical, debido precisamente a que las parejas jóvenes con hijos se mudaron a los suburbios. Las cifras del censo muestran que el grupo de edad de 21 a 55 años disminuye sensiblemente entre 1950 y 1970 en Polk y en Mission (pierde 18 puntos en el primero y 10 en el segundo); en Noe Valley, luego de superar la caída de los años 1950, vuelve poco a poco a su nivel anterior. Pero también revelan que, en la misma época y en los tres barrios, el grupo de menos de 21 años aumenta, respectivamente, de 10 a 12%, de 25 a 37% y de 26 a 27%, y la proporción de los mayores de 50 años no levanta el vuelo tanto como se pensaba. Finalmente, las características demográficas de Noe Valley y de Mission no varían radicalmente a lo largo de los años 1960 en comparación con los 1950. En cuanto a Polk, si bien las personas de más de 55 años aumentan en 1960, pasando de 29% en 1950 a 37%, es visible ya desde los años 1960 la afluencia de adultos mayores de 21 años, en un contexto de declinación de la población total del barrio, el grupo de edad de los mayores disminuye en realidad en valor absoluto entre 1950 y 1980.

Si globalmente ninguno de los barrios ha envejecido considerablemente, en cambio, la disminución (temporal en Noe Valley, a principios de los años 1960), del grupo de edad entre los 21 y los 55 años, precisamente las personas en edad de trabajar y de ganar un salario, puede

explicar una disminución correlativa en el poder de compra de la población local, que contribuiría a la decadencia de las calles comerciales en el periodo. Menos densamente poblados que en los años 1950 en conjunto, un poco avejentados, estos barrios sufren efectivamente una disminución en su ingreso medio anual en comparación con San Francisco en general,¹⁷ situación cuyo impacto económico inmediato es mensurable en la calle comercial. Ahora bien, Noe Valley, pero todavía más Mission, sufren una caída bastante considerable en sus ingresos en comparación con la ciudad: rebasan la diferencia de 18 y 20 puntos respectivamente en comparación con el ingreso medio de San Francisco. Sólo en el barrio de la calle Polk se mantiene la misma diferencia negativa en los ingresos de alrededor de 6% entre 1950 y 1970.

Vemos así que, en diferente medida, estas tres calles comerciales experimentaron una cierta decadencia en el curso de los años 1960, resultado directo de las transformaciones de su población residente. Empero, si bien nos ocupamos aquí sobre todo del proceso común de deterioro y de crisis que afectó a los tres barrios, también es cierto que dicho deterioro se manifestó en forma específica en cada uno y que desde el decenio al que nos referimos ha tomado trayectorias divergentes que se hacen más evidentes a partir del siguiente.

RENOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS BARRIOS A PARTIR DEL DECENIO DE 1970

En el curso de este decenio, la ciudad en conjunto, y nuestros tres barrios en particular, siguen perdiendo habitantes, aunque a ritmos variables. Sólo que, al mismo tiempo, grupos de población específicos redinamizaron la escena comercial al imprimir su marca específica en el paisaje de la calle comercial, y las transformaciones que se operan progresivamente conllevan la individualización de cada barrio, lejos del modelo casi uniforme de la calle comercial de los años 1950. La mayor parte de las características de los barrios tal como los conocemos hoy son el resultado de los cambios que comenzaron en esos años.

El aburguesamiento (*gentrification*) de Noe Valley

En la calle 24, en Noe Valley, se inicia una estrepitosa recuperación económica, cuya mayor señal es la sorprendente disminución de locales comerciales vacantes a 2.5% de las tiendas de la calle en 1980, cifra muy diferente de 10% en 1965. Además, el número total de comercios aumentó sensiblemente. Ahora bien, este retorno de las actividades comerciales va de la mano de la aparición de nuevos tipos de comercios, que no habían tenido cabida en el barrio hasta entonces. Así, la cantidad de cafés y restaurantes aumenta bruscamente, y pasan a constituir más de 10% de los comercios de la calle. Se desarrollan también otros comercios que no cubren las necesidades elementales y cotidianas de la población local, como una tienda de vitrales, una tienda de quesos, una tienda de modas y varias librerías. Señal del cambio de época y de clientela, estas nuevas tiendas sustituyen los nombres típicos antiguos, compuestos —como vimos— del nombre o el apellido del propietario, seguidos de la función del comer-

Calle Noe Valley. Una mañana de sábado, del mes de octubre, hacia las 8:00, las aceras se encuentran ya llenas de peatones. Los vecinos pasean a sus niños, a los perros, hojean la prensa del fin de semana instalados en un banco o ven pasar a los otros paseantes frente a una taza de café. La cafetería Martha & Bros, el salón de belleza Rose Nails, la tienda de regalos, la de ropa deportiva de marca —la See Jane Run—, constituyen buena muestra de un barrio aburguesado. (Foto de la autora, octubre 2000).



cio (Josephine's Beauty Salon o Bolaño Real Estate), por nombres poéticos o juegos de palabras que designan indirectamente la función de la tienda, como The Cradle of the Sun (vitrales), Common Scents (salón de belleza), The Wooden Heel (zapatería). Pero estos indicios de la transformación en curso de los barrios, a fines del decenio de 1970, no llegan a ocultar el peso del pasado sobre la calle comercial, que sí conserva algunos de sus comercios característicos de los decenios precedentes, como farmacias y ferreterías: el Glen Five & Dime o el Meyer's Variety Store.

Comparando el barrio tal cual hoy es con lo que era a principios de los años 1980, un habitante dice que cuando él llegó, era "más clase media [actualmente, más clase media alta]. No había tantas tiendas lujosas. Más bien restaurantes como los de antes, nada de comida orgánica ni de *nouvelle cuisine*. Pero lo que no ha cambiado, es el alto porcentaje de parejas casadas jóvenes, con pocos hijos. Los recién llegados eran hombres o mujeres de negocios, acomodados, y también muchas parejas de homosexuales (*gays*), la mayor parte procedente del barrio de Castro".

Los datos del censo confirman esta observación; revelan en particular la disminución de niños pequeños (7.7%), aunque también el aumento de adultos entre 21 y 55 años, que componen dos terceras partes de la población del barrio. Entre estos adultos, la presencia de los solteros –identificados por la población como *gays*, *hippies* o *yuppies*– se refuerza considerablemente, pues rebasa en 7% su proporción media en la ciudad. La parte creciente de estos últimos en la población del barrio es clara: los empresarios y otros altos ejecutivos constituyen, en efecto, más de un tercio de la población activa del barrio, esto es, un incremento de 10 puntos en comparación con el censo anterior. Correlativamente, el ingreso medio anual de los habitantes de Noe Valley ha aumentado más que el de los otros barrios, pasando a 16 700 dólares, o sea, 900 dólares más que los habitantes de San Francisco en conjunto.

Veinte años después, estas tendencias que muestran la transformación del barrio en clase media se han reforzado: los altos ejecutivos se han convertido en la clase profesionalista más importante, que constituye hoy no menos del 46%¹⁸ de la población del barrio, a la que se asocia innegablemente un ingreso medio anual superior en 16% al de la ciudad (1990). Durante este periodo, junto con las farmacias y otras Five & Dime Stores (tiendas que venden toda clase de objetos baratos), los comercios de comida han seguido desapareciendo, con excepción de las tiendas especializadas en productos biológicos (Real Food) o de lujo (The Cheese Company, con su fuerte olor a queso, Noe Valley Bakery y sus apetitosos pasteles). Por el contrario, los comercios de ventas al detalle o de diversos servicios han adquirido preeminencia (57% de los comercios); entre ellos se encuentran sobre todo algunas tiendas de regalos exóticos o estéticos (Global Exchange, etc.) y tiendas elegantes de modas (Designer's Club, etcétera).

En fin, la calle comercial ha reflejado fiel y progresivamente la transformación de un barrio más bien de clase media baja en uno más bien alto, en el que la problemática étnica es prácticamente desconocida (según el censo, 70% de los habitantes eran blancos, no hispanos, en 2000), contrariamente a lo que ocurre a unos cientos de metros al este, en el barrio de Mission, que hasta los años 1950 apenas se diferenciaba de Noe Valley.

La "hispanización" del barrio de Mission

Cuando interrogamos a un comerciante de los viejos tiempos del barrio sobre la evolución de la calle 24 a partir de la Segunda Guerra, solemos obtener una reflexión como la siguiente: "Me instalé en la calle 24 en 1947. Había sobre todo irlandeses. Teníamos dos comercios latinos [sic] en la calle, el Roosevelt Parlor y El Farolito, en la acera de enfrente. Luego, en los años 1950, el primero que se instaló fue La Palma. Después de La Palma, uno a uno los comercios empezaron a cambiar. Hacia 1960, yo diría que 85% de los comercios eran latinos." Es verdad que apenas 30% de las tiendas existentes en 1965 eran prósperas en 1953, esto es, un porcentaje algo menor que el de los otros dos barrios (alrededor de 35%), lo que refleja que esta calle sufrió más cambios.

Sin embargo, aun si la hispanización real del barrio a partir de esta época ha llamado la atención, las cosas son mucho más variadas. El *Polk's City Directory* incluye solamente 9% de los comercios con nombre hispano en 1953, y luego 24% en 1965, cifra muy diferente del “85%” de que habla nuestro comerciante. Es cierto que estas cifras subestiman en parte el número de tiendas pertenecientes en verdad a comerciantes de origen hispano, en la medida en que no todos hubiesen dado un nombre latino a su negocio. Pero una investigación de campo¹⁹ realizada en 1977 establece que 47% de los comercios pertenecen a comerciantes de origen hispano, cifra notablemente cercana al 46.7% obtenida del directorio en 1980. La hispanización de la calle comercial está bastante avanzada en 1965, pero los años 1970 son tiempos de rápida consolidación étnica, dado que entre 1965 y 1980 el número de tiendas hispanas se duplica entre el conjunto de comercios de la calle. Hoy, conforman más del 55% de los comercios.²⁰

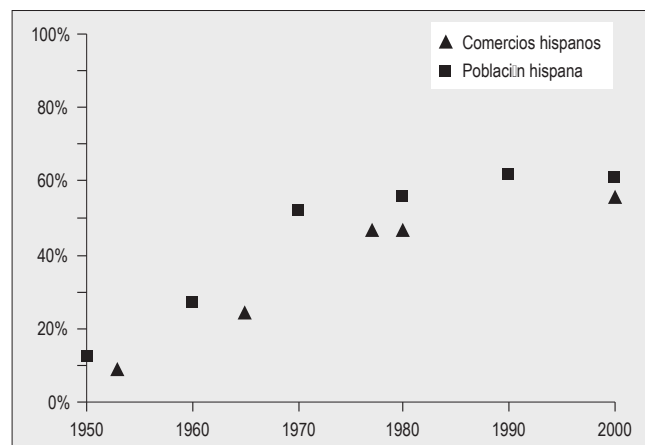
La “transición étnica” de la calle comercial está estrechamente ligada al desarrollo de la población censada como hispana en el barrio. Un reducido núcleo hispano se instaló en el barrio hace ya varios decenios, pero fue la ley de inmigración de 1965 la que abrió las puertas del país a la afluencia masiva de inmigrantes procedentes de México y sobre todo de otros países de América Central. Mission se convierte rápidamente en el principal barrio que acoge a estas poblaciones. Una antigua habitante resume así la transformación del barrio tal como la vivió: “También fui a la escuela en el barrio, cuando comenzaba a cambiar. Le digo esto porque cuando veo mis fotos de clase del último año de bachillerato hubo una afluencia de familias latinas. Nací en 1959, y empecé a ir a la escuela en 1965. En el momento de pasar el bachillerato, yo era de las pocas, si no es que la única italiana de la clase.” Las personas de nombre hispano en 1950 constituían 12% de la población del barrio; en 1960 eran más del cuarto de la población, más de la mitad 10 años después; y hoy las oleadas de inmigración provocadas por los trastornos políticos y militares de Nicaragua, El Salvador y Guatemala, a principios de los años 1980, han elevado el porcentaje de la población hispana en el barrio a más de sesenta por ciento.²¹

Ahora bien, es interesante observar la concordancia temporal entre la progresión de los comercios hispanos y la de la población hispana, que arroja la siguiente gráfica.

En los años 1970 no sólo aumenta considerablemente el número de comercios hispanos (casi la mitad de los comercios de la calle, a fines del decenio), sino que también presentan una notoria diversificación de sus actividades y ofrecen una mayor variedad de servicios a la comunidad latinoamericana. A partir de 1980, además de las tiendas de comida que ofrecen los productos destinados a una clientela específicamente latinoamericana y de los restaurantes, y taquerías, encontramos varias instituciones religiosas (católicas y protestantes), agentes inmobiliarios, un doctor, un contador, un centro de información jurídica, una galería de arte y hasta un

Gráfica - Calle 24 Mission. Hispanización de los comercios y de la población del barrio.

Fuentes: US Census Bureau (de 1950 a 1990), *Claritas* (1999), *Polk's City Directory* (1953, 1965, 1980), encuesta de Max Kirkeberg (1977) y encuesta de Sonia Lehman-Frisch (2001).



cine (entre 1963 y 1978, el York Theater pasa películas en español). Podríamos concluir que se formó un verdadero enclave étnico, "... que ofrecía las funciones económicas esenciales para la adaptación cultural y social de los inmigrantes en la comunidad receptora [...]. A un latinoamericano le es posible soportar un nivel mínimo de aculturación siempre y cuando mantenga sus actividades sociales, culturales y económicas exclusivamente en el seno de la red étnica: tiene interacción limitada con la sociedad dominante de la región de San Francisco".²²

Recordemos, empero, que en los años 1970, los comercios de nuestra calle que lucen una insignia hispana no son la mayoría, y que la gran variedad de orígenes de los comerciantes es un rasgo distintivo de este barrio. Además, cabe señalar la gran diversidad de nacionalidades originarias de los comerciantes hispanos: una fuerte minoría mexicana (casi 40% de los comercios hispanos en 1977) y cubanos, puertorriqueños, españoles, nicaragüenses, salvadoreños y un guatemalteco. Hoy todavía, cerca del 45% de los comercios no son hispanos, y de éstos la mitad son manejados por comerciantes de 12 países de Asia. La noción de enclave étnico es pues, relativa, ya que los habitantes hispanos se cruzan y se topan todos los días con comerciantes o vecinos que no conocen su lengua.

La calle comercial ha seguido paso a paso la transición étnica del barrio y ha experimentado la progresiva apropiación por una población originaria de México y de diversos países de Centroamérica. Esto parece confirmar nuestro caso de las relaciones entre la dinámica comercial y la dinámica residencial en el barrio de Noe Valley, sólo que aquí tenemos la ventaja de haber podido medir con cierta objetividad la evolución del fenómeno, gracias a la intervención de la categoría de la lengua española, que aparece tanto en los nombres de los comercios como en los criterios utilizados por los censos de población. En Polk encontramos un grupo étnico diferente y otro tipo de relaciones en la calle comercial.

El barrio de Polk y la cuestión asiática

A partir de los años 1960, y sobre todo de los 1970, dos nuevos tipos de población se desarrollan en el barrio de la calle Polk: un grupo asiático y un grupo gay. Preferí dejar de lado la comunidad gay, que plantea un problema interesante para nuestro estudio pero que trasciende los límites de este artículo. Si centro mi atención en la aparición de la población asiática en este barrio es porque la comparación de las relaciones de las dos comunidades étnicas distintas con su calle

comercial es especialmente rica para nuestra reflexión sobre las relaciones entre las dinámicas demográfico-residenciales y la evolución de la calle comercial.

En los años 1950, el barrio de Polk era de blancos en su mayoría. Esta mujer recuerda que, todavía a fines de los años 1960, "... en mi edificio la mayoría de las personas eran blancas." Sin embargo, ya en esta época, y gracias a la liberalización de las leyes de inmigración mencionada arriba, una población asiática comienza a establecerse en el barrio, procedente de Chinatown, el barrio chino histórico de San Francisco, situado a poca distancia al noreste del barrio Polk. La proporción de personas nacidas en el extranjero pasa de 15% en 1950 a 27% en 1970, y en 1980, año en que el censo incluye por vez primera el criterio de la etnicidad, más de un tercio de los habitantes es de origen asiático, y un cuarto de origen chino en particular (77% de la población asiática del barrio).²³

Pero un testigo certifica: "A fines de los años 1960, no se veía a un solo chino caminando por la calle Polk."²⁴ Y es cierto que en la calle Polk no hay todavía un solo comercio que haga pensar en una clara conexión con Asia —en algunos nombres hay ambigüedades—, aparte de Allan Yee Laundry. En 1980 solamente se agregan un Chinatown Youth Center, un Canton-Polk Grocery, un Wing Lee restaurante y un Tai Chi restaurante. Ello no significa, por cierto, que comerciantes asiáticos no hayan abierto o retomado un comercio con un nombre americanizado.

Hoy todavía, si bien la encuesta realizada entre una gran parte de los comerciantes de Polk²⁵ revela que más de la cuarta parte de los comercios pertenecen a personas de origen asiático (procedentes de todos países, a excepción del Asia árabe), esta proporción es un poco más débil si se compara con la proporción de la población asiática del barrio (más de la tercera parte de los habitantes en 2000). Dentro del grupo asiático, la diferencia entre presencia residencial y participación en el comercio está particularmente acentuada en el grupo asiático mayoritario: los chinos (dos tercios de los asiáticos del barrio). Éstos están sobre representados en la población del barrio (22%) en comparación con su participación en el comercio local (11% de las tiendas). Esta situación es tanto más asombrosa cuanto que la red étnica china es conocida más bien por su aptitud para apoyar a sus candidatos al empresariado.²⁶ Todavía más sorprendente es la ausencia de comercios que vendan productos alimenticios destinados a la clientela china, o más ampliamente de Extremo Oriente.

Los 14 comercios chinos son muy diversos: cinco cafés o restaurantes, una tienda de abarrotes (Polk &

Clay Liquor), algunas tiendas de servicios (dos pequeños laboratorios de fotografía, una tintorería, una tienda de videos, dos salones de belleza) o de ventas al detalle (una panadería, una tienda de pieles). Es claro que ninguno de ellos propone productos ni servicios especializados a una clientela china, salvo tal vez el Chinatown Youth Center (no comprendido entre los 14 citados). Por el contrario, responden a las variadas necesidades de una población no étnicamente definida. Además, cosa sorprendente, los siete comerciantes chinos que respondieron a la pregunta sobre su lugar de residencia declararon que no vivían en el barrio (que, por cierto, parece ser el caso de la mayoría de los comerciantes de Polk).²⁷ Parece, pues, que hay una gran desconexión entre la comunidad china y el barrio, ya que incluso los que trabajan en él no lo habitan. En fin, conociendo la composición étnica del barrio, al paseante le sorprende la cantidad relativamente escasa de peatones de tipo asiático que recorren la calle Polk, fenómeno a las claras difícil de medir con objetividad.

Existe un elemento que puede esclarecer esta aparente ausencia de relaciones entre la calle comercial y la comunidad china residente. El Chinatown, el barrio chino histórico de San Francisco, está ubicado a sólo unas cuantas calles al oriente de la calle Polk, muy bien comunicado por varias líneas de autobuses. El factor cronológico (*time sequence*)²⁸ interviene aquí: durante mucho tiempo la población china permaneció concentrada en el perímetro limitado de Chinatown, donde desarrolló el conjunto de comercios étnicos que suplía sus necesidades. Ante la afluencia masiva de inmigrantes chinos de los años 1960 a nuestros días, progresivamente fue ocupando viviendas en los barrios limítrofes, como Polk, pero manteniendo fuertes vínculos con su barrio original. Cabe pensar que el centro de gravedad de la comunidad china se quedó en Chinatown, donde los chinos de Polk prefieren trabajar, hacer sus compras o pasear.

Así, el estudio de las relaciones entre la evolución residencial de un grupo étnico y su relación con la calle comercial de barrio nos permitió contraponer el caso de Polk al de Mission: aunque los dos están marcados por la importancia numérica de los comerciantes de origen étnico muy diverso, el segundo se asemeja más al “enclave étnico”, sistema que empezó a aparecer en los años 1970 y continúa en nuestros días, con todos los matices mencionados (presencia de una minoría significativa de residentes y comerciantes no hispanos, y gran variedad de procedencias entre los hispanos mismos). En tanto que calle comercial, la calle Polk, por el contrario, no refleja fielmente los cambios demográficos del barrio, dado que la comunidad china es

notablemente poco visible y que los comercios abastecen de productos y servicios sin características étnicas, o más bien característicamente “norteamericanos”.

CONCLUSIÓN

Estos tres barrios y sus calles comerciales, cuyo comportamiento a lo largo de varios periodos de evolución observamos, nos dan una idea bastante completa de la complejidad de las relaciones entre dinámicas residenciales y dinámicas comerciales. En los años 1950, la prosperidad, la estabilidad y la homogeneidad residencial y social que caracterizan a nuestros barrios de San Francisco se reflejan en un escenario comercial muy semejante y lleno de vitalidad. El decenio siguiente es de deterioro demográfico marcado, que asoma de inmediato en las calles comerciales; éstas sufren, en diferente grado, una caída en sus actividades y una reducción relativa de su nivel económico, de las que dan testimonio los múltiples locales comerciales vacíos y la aparición de algunas tiendas más modestas.

A partir de los años 1970, nuestros tres barrios son el marco de una renovación demográfica, étnica y social, que los hace que se aparten, cada uno a su modo, del modelo común al que tendían los tres inmediatamente después de la Segunda Guerra mundial. En el caso de la calle 24 en Noe Valley, la transformación social del barrio –su conversión a clase alta– fue cada vez más visible en la calle comercial, sus tipos de tienda y el uso que los habitantes hacen de él. El barrio de la calle 24 en Mission guarda su carácter modesto de *working class neighborhood* (vecindario de trabajadores), pero atraviesa una transición étnica –hispana– relativamente rápida desde mediados de los 1960, que se efectúa de forma estrictamente paralela a la hispanización creciente de los comercios de la calle. Para estos dos barrios, cabe preguntarse sobre el lazo de causa y efecto entre su dinámica residencial y su dinámica comercial, cuestión a la que parece difícil responder, como en el caso de la gallina y el huevo.

Por último, el grupo chino de la calle Polk presenta otro ejemplo de transición étnica de un barrio, pero esta vez no seguida de una transformación equivalente de la calle comercial local: los comerciantes chinos, incluso aparentemente también los peatones asiáticos, son notoriamente escasos en la calle Polk, pese a su posición de fuerte minoría en términos residenciales. Si bien hablamos de la posibilidad de que hubiera fuertes lazos entre esta población y otros barrios como elemento de explicación, este tipo de relación en la calle comercial nos hace desconfiar de una generalización

presurosa según la cual la calle comercial sería siempre el fiel reflejo de todas las evoluciones sociales y residenciales que afecten al barrio. Así, si la identificación de los *yuppies* en Noe Valley o la de los hispanos en Mission no presenta mayor duda, la desconexión del grupo chino respecto de su calle comercial local es finalmente reveladora de la existencia de otro tipo de lazo posible entre los habitantes y su barrio.

NOTAS

- 1 Con "San Francisco" me refiero a la ciudad de San Francisco (*city*), cuyas fronteras corresponden a las del condado del mismo nombre (County of San Francisco). La aglomeración que comprende a San Francisco, designada Área de la Bahía de San Francisco, abarca los nueve condados repartidos alrededor de la bahía.
- 2 San Francisco Planning Department, *San Francisco's Neighborhoods: Evolving Economic Activities*, 1998: 33.
- 3 En Estados Unidos, el sector de servicios se entiende que comprende las actividades de servicios a las empresas y de servicios a las personas.
- 4 El año 1993 marca el fin de la recesión económica que afectó al país, y a la ciudad, desde fines de los años 1980. A California le tomó más tiempo recuperarse de la crisis que al país en promedio.
- 5 San Francisco Planning Department, *Commerce and Industry Inventory*, 1999 y *San Francisco Economic Summary*, enero de 2000.
- 6 US Bureau of Census, *Economic Census, Retail Trade, ZIP Code Statistics*, CD-ROM, II, 1992. Las estadísticas de 1997 por código postal no están disponibles aún.
- 7 San Francisco Planning Department, *Land Use Data*, 2000, base de datos electrónica.
- 8 San Francisco Planning Department, *Local Shopping Districts in San Francisco*, noviembre de 1952: 2.
- 9 San Francisco Planning Department, *ibid.*: 30 y 39.
- 10 Elaborado a partir del San Francisco *Polk's City Directory*, 1953.
- 11 Entrevista con Connie y Joe Weber, calle 24, Mission.
- 12 Entrevista con Phil Erdmann, Polk.
- 13 *Polk's City Directory*, *op. cit.*
- 14 Michael Johns, manuscrito, III: 4.
- 15 *Ibid.*: 23.
- 16 US Bureau of Census, 1950.
- 17 Como evidentemente, el censo no da el ingreso medio en dólares constantes, me es imposible comparar la evolución real de los ingresos de un barrio o de la ciudad, de un decenio al otro. Por lo tanto, preferí comparar la evolución de la diferencia de ingresos entre cada barrio y la ciudad en conjunto, con las limitaciones que ello implica...
- 18 Cálculos de 1999, Claritas.
- 19 De Max Kirkeberg, profesor de geografía en la Universidad Estatal de San Francisco.
- 20 Encuesta de campo realizada por mí entre los comerciantes, en enero de 2001.
- 21 US Bureau of Census 2000, *Census Tracts* 108, 109, 228 y 229.
- 22 Carlos Córdova, The Mission District: the ethnic diversity of the latin american enclav, *Journal de la Raza Studies* (II) 1, Universidad Estatal de San Francisco, verano / otoño de 1989: 27.
- 23 US Bureau of Census 2000, *Census Tracts* 108, 110-112, 119-123 y 131, en los censos posteriores a 1960 y sus equivalentes en los censos de 1950 y 1960.
- 24 Entrevista con Max Kirkeberg.
- 25 Investigación de la autora, 2001.
- 26 Véase D.H. Kaplan, The spatial structure of urban ethnic economies, *Urban Geography*, núm. especial, *Geographical Aspects of Ethnic Economies* (XIX) 6, 16 de agosto-30 de septiembre de 1998: 489-501.
- 27 Investigación de la autora, enero de 2001.
- 28 Li Wei, Los Angeles' Chinese ethnoburb: From ethnic service center to global economy outpost, *Urban Geography*, *op. cit.*: 502-517.