

ISBN 978-607-99595-0-0

CIUDADES, IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES

COORDINADORES

PAULA VERA | YUTZIL TANIA CADENA PEDRAZA
LUIS GUILLERMO TORRES PÉREZ

AUTORES

SHEILA FERNIZA QUIROZ | JESÚS MANUEL FITCH OSUNA
LUIS YESID MEYER PÉREZ | MÓNICA RIVERA TABARES
ELOY MÉNDEZ SAINZ | AGUSTÍN CAZZOLLI
MARÍA BELÉN ESPOZ DALMASSO | JOSÉ IGNACIO STANG
NATALIA DESIRÉE VACCARO | RAFAEL ALEJANDRO TAVARES MARTÍNEZ
SANDRA VALERIA URSINO | SANDRA FLOR CANALES BASULTO



COLECCIÓN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES

CIUDADES, IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES

CRUCES ENTRE CULTURAS, EXPERIENCIAS Y MATERIALIDADES

EDITORES

PAULA VERA
YUTZIL TANIA CADENA PEDRAZA
LUIS GUILLERMO TORRES PÉREZ

AUTORES

SHEILA FERNIZA QUIROZ
JESÚS MANUEL FITCH OSUNA
LUIS YESID MEYER PÉREZ
MÓNICA RIVERA TABARES
ELOY MÉNDEZ SAINZ
AGUSTÍN CAZZOLLI
MARÍA BELÉN ESPOZ DALMASSO
JOSÉ IGNACIO STANG
NATALIA DESIRÉE VACCARO
RAFAEL ALEJANDRO TAVARES MARTÍNEZ
SANDRA VALERIA URSINO
SANDRA FLOR CANALES BASULTO

EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A. C. 2021



RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-99621)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
Presentación en medio electrónico digital: Descargable
La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.
Formato: PDF 10 MB
Fecha de aparición 30/10/2021
ISBN 978-607-99595-0-0

Derechos Reservados © Prohibida la reproducción total o parcial de este libro en cualquier forma o medio sin permiso escrito de la editorial o los autores.



ISBN: 978-607-99595-0-0



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI), CAPÍTULO RED TEMÁTICA CONACYT IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN EN MIGRACIÓN Y DESARROLLO (REDIBAI-MYD) EN COLABORACIÓN CON LA RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES (RIIR)

<https://imaginariosyrepresentaciones.com/>

COMITÉ EDITORIAL DE LA *COLECCIÓN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES* DE LA RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES (RIIR)

COORDINADORES

JAVIER DIZ-CASAL

FELIPE ALIAGA SÁEZ

JOSAFAT MORALES RUBIO

YUTZIL CADENA PEDRAZA

ELIBERTO QUINTERO MONTOYA

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-99621)

Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.

Presentación en medio electrónico digital: Descargable

La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.

Formato PDF 10 MB

Fecha de aparición 30/10/2021

ISBN 978-607-99595-0-0



ISBN: 978-607-99595-0-0



Xalapa, Veracruz. México a 10 de septiembre de 2021

DICTAMEN EDITORIAL

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; el primero, fue realizado por el COMITÉ EDITORIAL DE LA COLECCIÓN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES DE LA RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGACIÓN EN IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES (RIIR) con sede y aval de la Universidad de Santo Tomás en Colombia que sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la RIIR, cumpliendo con la primera etapa del proceso editorial. El segundo proceso de dictaminación estuvo a cargo de la EDITORA RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. con sede en México; donde se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable y por acuerdo del Comité Editorial de la Colección Imaginarios y Representaciones de la Red Iberoamericana de Investigación en Imaginarios y Representaciones (RIIR) y del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), ***se dictamina que la obra "Ciudades, imaginarios y representaciones sociales. Cruces entre culturas, experiencias y materialidades" cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, rigurosidad y actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.***

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-99621)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072



ISBN: 978-607-99595-0-0



Xalapa, Veracruz. México a 30 de octubre de 2021

CERTIFICACIÓN EDITORIAL

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI) con sello editorial N° 978-607-99621 otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro "CIUDADES, IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES. CRUCES ENTRE CULTURAS, EXPERIENCIAS Y MATERIALIDADES" registrado con el ISBN 978-607-99595-0-0 fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del 30 de octubre de 2021 cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico y pre-dictaminado por el Comité Editorial de la Colección Imaginarios y Representaciones de la Red Iberoamericana de Investigación en Imaginarios y Representaciones (RIIR).

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder y disponibles en Editorial RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI), los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran. La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página <http://www.redibai-myd.org>

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-99621)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072



ISBN: 978-607-99595-0-0



Índice

Presentación	1
IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE LO URBANO: ENTRE LOS SENTIDOS DE LAS MATERIALIDADES Y LAS EXPERIENCIAS EN LA CIUDAD Paula Vera, Yutzil Cadena, Luis Guillermo Torres Pérez	
PRIMERA PARTE: LOS SENTIDOS DE LAS MATERIALIDADES URBANAS.....	8
REPRESENTACIONES DE LA DENSIDAD URBANA EN MONTERREY, MÉXICO..... Sheila Ferniza Quiroz, Jesús Manuel Fitch Osuna.	9
LOS MUROS IMAGINADOS: PROLONGAR LOS MUROS MÁS ALLÁ DE SU REALIDAD ESPACIAL..... Luis Yesid Meyer Pérez	27
IMAGINARIO SOCIAL Y COLONIALIDAD. ANÁLISIS DE CÓMO SE MATERIALIZA Y EXPRESA DENTRO DEL CERRO DE MONSERRATE EN BOGOTÁ Mónica Rivera Tabares, Eloy Méndez Sainz	52
ESTRATEGIAS DE ACCIÓN EN LA CENTRALIDAD HISTÓRICA DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA, ARGENTINA, DURANTE LA PANDEMIA, 2020..... Agustín Cazzolli, María Belén Espoz, José Ignacio Stang, Natalia Vaccaro	66
SEGUNDA PARTE: ELEMENTOS IDENTITARIOS, EXPERIENCIA COTIDIANA Y CULTURA URBANA.....	97
EL IMAGINARIO URBANO DE LA COMUNIDAD A TRAVÉS DE LOS ACTORES SOCIALES..... Rafael Alejandro Tavares Martínez	98
IMAGINARIOS URBANOS EN CIUDADES MEDIAS Y REPRESENTACIONES ESPACIALES DE LOS TRABAJADORES Y EX TRABAJADORES DE LA REFINERÍA YPF- LA PLATA (1993-2015)..... Sandra Valeria Ursino	121
REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE LA CIUDAD DE PACHUCA DE SOTO, EN ESTUDIANTES DE TRABAJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO..... Sandra Flor Canales Basulto	155

**ESTRATEGIAS DE ACCIÓN EN LA CENTRALIDAD HISTÓRICA DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA,
ARGENTINA, DURANTE LA PANDEMIA, 2020**

Agustín Cazzolli¹

María Belén Espoz²

José Ignacio Stang³

Natalia Vaccaro⁴

Introducción

Desde hace unos años venimos investigando en la provincia de Córdoba, Argentina, la aplicación de diseños urbanísticos basados en el presupuesto de un tipo de embellecimiento orientado por/para el ‘desarrollo’ turístico. Ello implica reconocer lógicas de circulación donde el valor patrimonial de ciertos espacios/tiempos de la ciudad adquieren un peso significativo no sólo como fuente de ingresos por y para el ‘turismo’ –en tanto motor revitalizador de economías desarticuladas-, sino también para la (re)construcción de una memoria colectiva específica (con su estructura narrativa) de aquello que puede considerarse como lo más ‘autóctono’ de un lugar. Este proceso de patrimonialización en expansión implica una fuente de ingresos que impacta en el valor y la renta del suelo (la economía), y, a la vez, coloca a la cultura en el centro del debate en tanto instala una “hegemonía discursiva” (Angenot, 1989) respecto a lo que se cristaliza como memorias colectivas que organiza el repertorio de objetos, prácticas, espacios y subjetividades que representan a ‘lo cordobés’.⁵ En esta dirección, la ‘centralidad histórica’ emerge como punto de confluencias

¹ Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación (CIPeCo, FCC-UNC) (Argentina). Licenciado en Comunicación Social (FCC-UNC). Correo: agustincazzolli1990@gmail.com

² Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías (IECET, UNC-CONICET) (Argentina) Doctora en Semiótica (CEA-UNC). Licenciada en Comunicación Social, con especialidad en Investigación y Planificación de Proyectos (FCC-UNC). Correo: belen.espoz@unc.edu.ar

³ Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño (FAUD-UNC) (Argentina). Doctor en Arquitectura y Urbanismo (FAU-UNLP). Arquitecto (FAUD-UNC). Correo: josestang@unc.edu.ar

⁴ Instituto de Estudios en Comunicación, Expresión y Tecnologías (IECET, UNC-CONICET) (Argentina). Licenciada y Profesora Universitaria en Comunicación Social (FCC-UNC). Correo: natyvaccaro@gmail.com

⁵ Hemos podido reconstruir algunos datos sobre estos campos que indican el lugar central que ocupan en las estrategias del Estado y del Mercado como política de desarrollo económico (definido como ‘sector productivo estratégico de las regiones’). Solo para pintar un paisaje, según datos oficiales: el turismo representa el 7.29% del PBI Nacional –directa o indirectamente- (el cuarto complejo exportador del país); genera en la actualidad 1.2 millones de empleos; US\$ 4.627 millones de INGRESOS por turismo internacional; US\$ 5.190 millones de GASTO de turistas nacionales en las Economías Regionales; 4% al 5% es la tasa promedio anual que crece el Turismo a nivel global; 8% y 7% es la tasa crecimiento anual de los INGRESOS por Turismo internacional e interno; En 15 años Sudamérica duplicará los arribos de turistas internacionales, de 28,6 a 58 millones. Unesco (9 sitios y 2 inmateriales). En particular, el espacio turístico de la provincia de Córdoba, se encuentra integrado en Regiones Turísticas conformadas por Áreas Turísticas asociadas en función de su proximidad geográfica, identidad cultural y potencialidad turística. El PETS CBA 2017 será la actualización del Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2006 de la Provincia de Córdoba. El objetivo del plan es impulsar el proceso orientador

axiomáticas de ordenamiento y embellecimiento urbano que sirve como modelo productivo a la hora de pensar “espacios otros”, estableciendo ciertos patrones y circuitos posibles de ser imaginados.

En el campo de los denominados estudios culturales, las representaciones sociales, con un amplio desarrollo en las últimas décadas, son asumidas como indicios que develan un universo significativo respecto de las acciones proyectuales e intervenciones urbanas (Harvey, 2007). Partir de tal enfoque permite el acceso y la vinculación a una pluralidad de lecturas en torno a la ciudad y sus registros técnico-documentales. Las transformaciones materiales en la ciudad y el territorio son posibles de ser asumidas, desde tal perspectiva, como un reconocimiento en la producción social de significados (Lefebvre, 2013) y, a su vez, como producto mismo de ese proceso cultural. Desde esta mirada, la producción de la ciudad y el territorio resultan procesos privilegiados desde los cuales se pueden interrogar aspectos y problemáticas acerca de temas sociales actuales en su devenir histórico y su incidencia en la producción espacial. El enfoque de las representaciones sociales nos permite, por lo tanto, una perspectiva posible desde donde poder investigar y analizar las recientes intervenciones realizadas sobre los espacios urbanos públicos de la Centralidad Histórica de la ciudad de Córdoba (en adelante CH).

Partimos de considerar que las imágenes, en tanto representaciones activas y productivas, construyen una visión del mundo a partir de los recortes y remisiones que se producen de la mediación técnica/tecnológica y de los dispositivos que ponen en juego junto a las familias discursivas, asociándose para constituir genealogías que atraviesan el contexto espacio-temporal. Pensar en analizar la imagen en cuanto género discursivo implica, en una primera instancia, una aproximación técnica. No obstante, es importante remarcar que, como todo enunciado o conjunto de enunciados, inscribe también marcas que dan cuenta de la(s) subjetividad(es) implicada(s) en su propio proceso de constitución: en la imagen se fabrican objetos y sujetos al mismo tiempo.

de acciones estratégicas generadas a partir de la participación y el consenso de los actores del sector, para fortalecer el desarrollo turístico equilibrado de la provincia como un destino turístico sustentable, competitivo y de calidad. El ámbito territorial del PETS CBA 2017, alcanza a las regiones turísticas y a los municipios y comunas comprendidos en la Ley de Regionalización Turística de la Provincia de Córdoba N° 10.312/15. En el actual contexto pandémico, muchos de estos lineamientos se han visto obsoletos y deberán ser repensados en vistas a las nuevas dinámicas de circulación socio-corporal pos pandémico.

El presente trabajo postula como objetivo evidenciar las operaciones materiales y simbólicas llevadas a cabo recientemente en la CH de la ciudad de Córdoba a partir del inicio de la pandemia por el COVID-19.⁶ Se propone analizar cómo tal contexto es utilizado en cuanto retórica de acción para la transformación y generación de ciertas configuraciones urbanas que producen y operan un entramado de significaciones, imágenes y representaciones particulares sobre la ciudad y su relación con el patrimonio y el turismo. Para ello, estructuralmente el trabajo se divide en tres partes. La primera presenta una revisión histórica sobre el derrotero en los procesos de configuración de la CH para comprender las lógicas, las tensiones y los conflictos implicados en su devenir espacio-temporal y su constitución en objeto privilegiado de intervención. En la segunda parte se postula el marco teórico a partir del cual se abordan las intervenciones llevadas a cabo que son sistematizadas en un corpus y analizadas, seguidamente, en la tercera parte.

Los casos analizados son aquellas intervenciones llevadas a cabo durante el período de pandemia en los espacios urbanos públicos de la CH de la ciudad de Córdoba: la implementación de “supermanzanas” en tres sectores y una propuesta de intervención para el Parque Las Heras. En primer lugar se focaliza sobre las operaciones técnico-materiales desarrolladas en la ejecución de las intervenciones desarrolladas. Luego, se analiza un corpus conformado por notas periodísticas digitales publicadas en el diario de mayor tirada de la ciudad (diario La Voz del Interior)⁷ y por otro lado, se retoman los discursos oficiales del gobierno de la Municipalidad de Córdoba, comunicados tanto por el sitio oficial de la ciudad como por su red social Twitter.

Nuestra hipótesis señala que, tanto las intervenciones públicas como su presentación mediatizada por canales oficiales o privados, componen un complejo modelo de comunicación en donde lo visual/escópico, en cuanto representación, adquiere la centralidad y ordena los modos de la experiencia en la ciudad. Con esto nos referimos no solo a las condiciones que genera la mediatización del habitar urbano, sino a la configuración de espacios estetizados que reproducen estereotipos aceptables/deseables vinculados a un tipo

⁶ La declaración del contexto pandémico por parte del Estado Nacional el 19 de marzo del 2020 implicó un shock en cuanto a la rápida readecuación de las dinámicas sociales, económicas, educativas y culturales en el marco de la aplicación del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO)

⁷ Diario fundado en 1904 en la ciudad de Córdoba. El diario en formato papel llega a toda la provincia de Córdoba y a las provincias de Catamarca, Santiago del Estero, La Rioja, San Luis, Santa Fe y Buenos Aires. Con ventas netas promedio de lunes a domingo de 64.567 ejemplares, es el diario mas vendido por fuera de la ciudad de Buenos Aires. En 1996 lanzó su edición digital, inicialmente bautizada como Intervoz, Actualmente, desde su página web www.lavoz.com.ar, en enero de 2020 anunció haber superado los 25.000 suscriptores digitales.

de visión particular. Cuando estos modelos imperan sobre los espacios urbanos públicos de la CH, postulan a dicho lugar en la ciudad como aquel relacionado al disfrute, el paseo y a un modo deseable en que deben constituirse los demás entornos urbanos ofreciendo a su vez, un ‘modelo’ subjetivo acerca del quién es el destinatario propuesto de la acción.

A partir de los enfoques de abordaje enunciados y de los casos analizados nos problematizamos: ¿Para quién se intervienen los espacios urbanos públicos de la CH en la ciudad de Córdoba? ¿Para qué y desde qué ojo? ¿El de los ciudadanos que los habitan o el de la máquina fotográfica? ¿Qué valores se generan en este marco y cómo estructuran la posible y deseable experiencia en la ciudad? ¿Qué procesos de inclusión y exclusión se producen? Preguntas que retomaremos en las consideraciones finales del presente trabajo.

Devenir histórico en la conformación de la Centralidad Histórica en Córdoba

En el campo de las CH la condición de centro se define en un doble ámbito: lo urbano (espacio) y lo histórico (tiempo). Las CH se configuran y caracterizan por un alto grado de complejidad y heterogeneidad, producto de su propia historicidad, que les imprimen dinámicas sociales, económicas, inmobiliarias o culturales divergentes. Tales dinámicas generan un estado permanente de disputa por dicho espacio en la ciudad junto a una multiplicidad de usos, posicionándose como un lugar de conflictividad estructural. La CH, por lo tanto, es una relación social inscrita en el ámbito de la producción social de la ciudad (Lefebvre, 2013), en donde es factible encontrar cambios en la articulación ciudad/CH a través del tiempo. Se concibe como un espacio privilegiado de la ciudad, donde operan continuamente diversos procesos como el pensamiento proyectual, las herramientas de acción política y normativas urbanísticas y, desde allí, la estructuración de lo permitido y lo prohibido sobre las prácticas cotidianas a lo largo del tiempo.

Las estrategias de poder que ejercen la planificación y el gobierno (De Certeau, 2010) configuran una CH que devela la expresión y comunicación de una mirada oficial en la que “predomina un imaginario urbano hegemónico o dominante por tratarse de instituciones con poder en los procesos de producción, reproducción y legitimación de significaciones sociales” (Vera, 2019, p.20). La CH se presenta como objeto de deseos, fantasías, creencias, esperanzas y como el entramado donde se instalan las condiciones de posibilidad para ciertas significaciones en torno a lo patrimonial (dado su condición histórica) que asume un rol destacado en cuanto estrategia discursiva y material en los diversos procesos actuales de

reconfiguración urbanística.

En la ciudad de Córdoba la CH se configura en un área con límites difusos que tiene como núcleo la plaza fundacional. En el devenir histórico de los distintos modelos a partir de los cuales se ejercieron estrategias urbano proyectuales que fueron generando su cualidad como centralidad, es posible detectar cuatro momentos que ayudan a comprender las continuidades y rupturas en su derrotero.

El primer momento es el de su fundación, en 1573, que suma a la ciudad como parte del conjunto de los primeros asentamientos que se crearon como expresión de la estrategia de conquista española sobre nuestro territorio. Entre las 70 manzanas que se disponen en el modelo del trazado base para Córdoba, la plaza se define como nodo central de la ciudad. Así, el espacio público protagonista de la ciudad colonial se ubica en el mismo centro y junto a ello se crea la imagen de centro institucional al posicionar, alrededor del vacío generado, las instituciones civiles y religiosas más importantes. Posteriormente la disposición en la ciudad de diversas órdenes religiosas generarán otros puntos significativos que tensionan la idea de un único espacio central. Luego de su lento crecimiento y consolidación urbana desde la época de su fundación, será a partir de la década de 1920 cuando se comiencen a experimentar una serie de cambios profundos que conllevarán alteraciones importantes en relación a su cualidad y funcionalidad como centro.

El segundo momento se produce durante la década de 1920 cuando la emergencia del urbanismo, como nueva disciplina en Argentina, implicó la aparición de los primeros especialistas con un discurso que hacía referencia a una técnica, una ciencia y un saber específico. La denominación, asignación y puesta en marcha de los denominados “planes reguladores” como estrategia de reglamentación y acción sobre el territorio urbano (Rigotti, 2014) promulgó que en 1927 Benito J. Carrasco ideara un plan regulador y de extensión para la ciudad de Córdoba, siendo la primera propuesta pensada en términos de desarrollo proyectual para la ciudad. Dicho plan regulador es importante como corte temporal en el devenir de la CH ya que en sus lineamientos se propuso la primera reglamentación especial para el área central (principalmente en torno a la plaza mayor). La intención fue la de reemplazar la ciudad hispana, que Carrasco consideraba signada por el claustro y el campanario, y concebir el centro de la ciudad como un área que demandaba ser modernizada en su imagen y funcionalidad. Esta búsqueda estuvo acompañada del punto de vista de la higiene, el tráfico y la belleza. Si bien el plan de Carrasco no tuvo consecuencias materiales

directas sobre la ciudad, inscribió en la agenda de la disciplina una serie de tópicos que fueron reactualizados en diferentes momentos de la historia urbana local a lo largo del siglo XX. Así mismo, inscribió una mirada social respecto del patrimonio aún vigente en muchos aspectos como es la valoración, la selección y la ponderación exclusiva de lo edificado en épocas de la colonia (principalmente la arquitectura monumental de tipo religiosa).

El tercer momento se vincula con una serie de emprendimientos urbano-arquitectónicos que, en conjunto, implicaron una importante modernización de la estructura social y urbana de la ciudad y que se iniciaron y llevaron adelante durante el decenio peronista (1946-1955) con un impacto que se prolongaría hasta la década de 1970 (Malecki, 2018). Durante este período es donde se establece una primera definición oficial de lo que se denomina y señala como centro para la ciudad de Córdoba.⁸ Bajo una nueva dinámica urbana de tensión entre el centro y la periferia (producto del fuerte crecimiento que experimentaba la ciudad desde principio de los cincuenta)⁹ y en un contexto nacional de cambios en torno al urbanismo se propone la iniciativa de formular un Plan Regulador para la ciudad en 1954 con La Padula como director técnico del equipo. A partir de un ‘código urbano’ se proponía regular la propiedad y el uso del suelo, las densidades y las actividades permitidas por zonas reforzando la calidad del área central en la ciudad. En relación a las dinámicas patrimoniales, será también La Padula quien tuvo un rol central en una serie de disposiciones y acciones que buscaron poner en ‘valor’ el denominado, para ese entonces, ‘centro histórico’. Junto a Tedeschi desarrollaron sucesivos estudios y análisis que activaron un camino de valorización sobre los monumentos y sus entornos¹⁰ que no se había desarrollado en Córdoba hasta el momento y que fue pionero en el país. Poco tiempo después al desarrollo de las primeras acciones al respecto, y durante la década de 1970, se ejecutaron también las primeras cuadras de calles

⁸ Se establecen como límites las calles Avenida Colón-Olmos, Avenida Vélez Sarsfield-General Paz, boulevard Junín (actualmente San Juan)-Illia, y Avenida Chacabuco. Luego de concluir las obras de la sistematización del arroyo La Cañada en 1944, la delimitación del área llamada centro se extiende hacia ese sector, como así también en su opuesto, hacia el boulevard Wheelwright-Mitre (hoy Guzmán-presidente Perón)

⁹ La ciudad comienza a evidenciar una notable concentración sectorial y espacial de industrias metalmeccánicas y otras subsidiarias, que termina de conferirle un sesgo como polo industrial del interior del país. Estas transformaciones fueron acompañadas por una modernización social (Germani, 1971) que se manifestó en un acelerado desarrollo poblacional y urbano que, entre otros subprocesos, impactó de manera decisiva en la estructura física de la ciudad.

¹⁰ A partir de 1953 y 1954 se aplica, mediante diversas ordenanzas y decretos, la demolición en construcciones precarias que rodean a muchos de los monumentos. Luego mediante el desarrollo de relevamientos se emprenden estudios de volumen en relación a las edificaciones para el área central que culminará con la sanción de la ordenanza 5294/67 en 1967 (primero decreto de Ordenanza N 172 y luego deviene en ordenanza con un alcance y especificidad mayor). Desde la municipalidad exponen la necesidad de reglamentar la edificación en el sector céntrico de la ciudad con relación a la presencia de monumentos históricos y religiosos debido a que consideran constituyen el principal patrimonio artístico de la arquitectura nacional.

peatonales en el centro que se integraron a la rica trama de galerías comerciales ya existente y que atravesaron varias manzanas constituyendo una segunda y activa trama circulatoria para los peatones. Posteriormente, bajo la figura de Miguel Angel Roca, se ampliará el radio peatonal en una estrategia que buscará vincular y relacionar áreas comerciales y edificios patrimoniales.

El cuarto momento se inicia entre las décadas de 1970 y 1990 donde la administración municipal, con el objetivo explícito de orientar los esfuerzos públicos, inversiones y políticas municipales, en un contexto de fuerte dependencia estatal, impulsa una abundante cantidad de estudios técnicos especialmente dirigidos a producir orden y ‘regular’ los ‘modelos’ y la estructura física de la ciudad. En este sentido, la planificación y la aplicación de normativas no fueron neutrales sino que, por el contrario, colaboraron a racionalizar y reproducir los mecanismos económicos¹¹ en la producción de suelo urbano más que a revertirlos. En la década de 1990¹² la ejecución de diversos procesos de ‘descentralización’ consolidaron un ‘modelo’ físico para la ciudad que proponía tres áreas urbanas a modo de anillos concéntricos: área central (en donde se reconoce y diferencia un ‘centro histórico’), intermedia (barrios tradicionales) y periferia. Para el nuevo milenio la intensificación de los procesos de metropolización, medidos en el aumento de las relaciones funcionales y el incremento de la movilidad poblacional con los municipios vecinos, con tendencias a la conurbación en algunos casos, reubican el problema del crecimiento de la ciudad al área metropolitana y posiciona a la CH con una pérdida de población permanente que se acentúa año a año. En este devenir de reconfiguraciones, la designación de la Manzana Jesuítica como ‘patrimonio de la humanidad’ en el año 2000 marcó un hito destacado en relación al patrimonio y el turismo vinculado a la CH. Estas dinámicas fueron sucedidas en un contexto global de patrimonialización con la participación de la UNESCO y el ICOMOS quienes, a partir del reconocimiento y señalamiento de sectores urbanos y arquitecturas o conjuntos de arquitecturas, apuntaron a posicionar ciudades en el mapa internacional cultural. En este

¹¹ Se alentó el desarrollo de una alta densidad edilicia en las proximidades del área de la CH (el caso paradigmático lo constituye la densificación en altura del barrio Nueva Córdoba) y bajas densidades en los sectores periféricos. Estas acciones consolidan y se enmarcan en dinámicas y tendencias a nivel nacional en donde el desarrollo de normativas buscó predisponer bajas densidades con bajos estándares de urbanización hacia la periferia en casi toda la planificación argentina

¹² El desarrollo y la disposición atomizada de ciertas funciones de carácter central y escala de inversión concentrada (la derivación del gobierno municipal en los Centros de Participación Comunitaria, la aparición de hipermercados, etc.) Tendieron para este momento a ubicarse en el ámbito periférico. Sin embargo no se puede afirmar que constituyeron en sí mismas ‘nuevas centralidades’ o ‘lugares’ que operan en los sectores urbanos en donde se asentaron como agentes motores del desarrollo, sino más bien parecerían haberse constituido cada uno de ellos en enclaves cerrados (Estavrides, 2016), autónomos, conectados a la red urbana y regional principal

devenir, la valorización patrimonial fue acompañada por el desarrollo turístico, y viceversa. La localización de Córdoba en el mapa de circulación turística mundial se presentó como un desafío en donde confluyeron diferentes políticas y acciones privadas y públicas con el objeto de configurarse en una opción posible y deseable para el mercado. En tales procesos, los señalados como Centros Históricos, no solo se configuraron en áreas de preservación representativas de los valores de la identidad de una ciudad o un país, sino también como espacios de consumo que apuntaron a reafirmar la conformación de las ciudades en ‘marcas’, ‘imágenes’, para sostener y dinamizar un particular ‘mercado de experiencias’ (Peixoto, 2011 y 2006) susceptible de una deseabilidad posible de ser consumida internacionalmente.

En este acotado recorrido sobre el devenir de la configuración de la CH en la ciudad de Córdoba es necesario destacar dos aspectos. El primero es la materialización, a partir de las estrategias proyectadas y ejecutadas, del reconocimiento de una ideologización de la temporalidad (Carrión, 2010) que refiere exclusivamente al período colonial como la única fuente determinante de la cualidad patrimonial sobre la CH y desconoce la presencia de una ciudad diversa, multiétnica y portadora de procesos históricos conflictivos. Dicha lectura se acompaña, además, de la implementación de ciertas reglamentaciones y regulaciones por medio de normativas producto de visiones más pragmáticas que disciplinares. El segundo aspecto es la configuración de la CH en su devenir como un “gran proyecto urbano” (Carrión, 2010), es decir, un objeto del deseo sobre el cual, a partir de lo existente en el presente, se despliega un intenso conflicto entre las visiones y perspectivas del pasado y las potencialidades del futuro.

La emergencia durante el presente año de una pandemia a nivel global, junto a la disposición de vivir en nuestros hogares en cuarentena, posicionó a la CH en un presente en pausa. El llamado al aislamiento preventivo se expresó en que lo público en la ciudad quedase ‘vacío’, con un importante impacto en las dinámicas comerciales y turísticas. Puesto que en la actualidad uno de los principales sujetos configuradores de este espacio en la ciudad era la circulación del turista, el transeúnte y el migrante, surgieron cambios en el valor de imagen y uso a partir de lo cual las políticas oficiales tomaron a la pandemia como parte de sus retóricas para accionar una vez más en la transformación de los espacios urbanos de la CH en Córdoba.

“Hacer ver” la ciudad: la imagen en el centro de la fabricación urbana

Entendemos que a la hora de reflexionar en torno a las políticas y estrategias de intervención en la ciudad, la imagen adquiere un rol fundamental en la medida en que su producción se da a partir de la organización de elementos visuales que generan una realidad posible/deseable y, sobre todo, instaura modos dominantes de percepción. Debord (1995), ya a finales de la década de 1960, caracterizó nuestra sociedad como espectacular, señaló: “El espectáculo es el capital a un grado de acumulación tal que este deviene en imagen” (aforismo 34). Así la imagen “hace ver” en un mundo que ya no alcanzamos directamente a través de nuestros sentidos, se establece como espacio-tiempo cognitivo. Las imágenes invaden nuestra vida cotidiana hasta el punto en que no cuestionamos ese modo de conocer que implica que, todo lo que antes era vivenciado en el “aquí” y el “ahora”, se aleje para volverse abstracto. La lógica de la representación/apariencia es la imperante y la imagen es la mediación de las relaciones sociales en sociedades mediatizadas como las nuestras. Si con Debord (1995), entendemos que el urbanismo es una técnica de separación que aísla los cuerpos en los diferentes espacios construidos en la ciudad, al tiempo que los reintegra en los flujos de circulación preestablecidos para la producción y el consumo, el espectáculo sería el espacio ideológico donde confluye la ciudad fragmentada, donde se consuma la fantasía de la unidad transclasista de una sociedad cada vez más fragmentada.

En la misma línea retomamos el análisis de Susan Buck Morss (2005) sobre el concepto benjaminiano de “fantasmagoría” que describe la apariencia de la realidad que engaña a los sentidos por medio de la manipulación tecnológica. Así se construyen imágenes que enmascaran las relaciones sociales de dominación y niegan la mercantilización de la experiencia. Esta representación engañosa de sí, característica de la sociedad capitalista, se reproduce en todos los ámbitos de la vida, se inundan los sentidos con imágenes repetitivas y seriales que son percibidos como una totalidad por los sujetos y producen efecto de objetividad y verdad.

En sociedades contemporáneas como la nuestra, existe una preeminencia de la imagen como en ninguna otra de la historia (Berger, 2016), esta saturación anestesia nuestra capacidad de ver, es por ello que naturalizamos su impacto. A medida que aumentan las capacidades técnicas para su realización, se imprime fugacidad y se fomenta la idea de la visión por la visión. Susan Sontag (2011) señala sobre la imagen fotográfica que no implica sólo un simple registro sino una evaluación del mundo. En este trabajo nos concentramos particularmente

en la fotografía publicitaria que funciona como una manera de fabricar fascinación y una forma de vida futura, envidiable y deseable como marco de interpretación (Goffman, 1994) y de performatividad de posibles prácticas sociales. Las imágenes publicitarias constituyen una totalidad, cada una confirma y apoya las demás constituyendo un lenguaje que realiza, hace, performa y que está siempre orientado a la satisfacción de las necesidades del capital. La publicidad divulga, mediante las imágenes, lo que la sociedad cree de sí misma y en el mismo movimiento excluye el acontecimiento ya que se sitúa en un futuro diferido (Berger, 2016).

En este punto entendemos necesario apuntar la reflexión sobre la dimensión -ideológica- de la técnica que realiza Lucien Sfez (1995). Plantea que en una sociedad fragmentada, en que la retórica se independiza de la experiencia, la tecnología ya no representa sólo la acumulación de técnicas sino que se constituye en un discurso que aglutina a la sociedad actual. La técnica -en este caso nos referimos a las innumerables herramientas tecno/digitales- invade a la vida cotidiana y configura las relaciones hombre/mundo. Este mundo, extensamente mediado por las imágenes, en definitiva, no se corresponde meramente a la posibilidad técnica de invadirlo todo con fotografías o imágenes espectaculares, sino que ello además, moldea una percepción particular, eminentemente visual, mediada tecnológicamente y con exclusión de la dimensión acontecimental que significa la experiencia urbana.

Si bien nuestro análisis gira en torno a las imágenes producidas por los medios oficiales del municipio y la prensa cordobesa, entendemos necesario también, detenernos en la preeminencia de lo visual en las intervenciones realizadas en la ciudad. Pues, como ya mencionamos, nuestra hipótesis señala que, tanto las intervenciones públicas como su presentación mediatizada por canales oficiales o privados, componen un complejo modelo de comunicación en que lo visual/escópico adquiere la centralidad y ordena los modos de la experiencia en la ciudad. Con esto nos referimos no solo a las condiciones que genera la mediatización del habitar urbano, sino a la configuración de espacios estetizados que reproducen estereotipos aceptables/deseables vinculados a un tipo de visión particular que responde más y más a demandas globales que locales.

En este sentido retomamos el concepto de fabricación de lugares elaborado por Lash y Urry (1998). Su potencialidad radica en explicar cómo, a partir de la desaparición de ciertas actividades, hábitos o rituales que dan lugar a la existencia de la cultura -experiencia vivida-, se produce una separación entre las prácticas y los sentidos producidos. Pensar en la fabricación de lugares implica entonces, con Berardi (2014), reflexionar en torno a las fluctuación y la indeterminación en la relación del valor que estructura a la sociedad y el modo en que en el capitalismo -en su fase actual- se favorece la mercantilización por vías de la separación entre prácticas y vivencias (experiencia) (Espoz, 2016). La cultura se presenta así como un entorno experiencial producido que se ofrece en tanto mercancía susceptible de ser vivida como una inserción momentánea a la complejidad “simbólica alterna”. En esta misma línea es que Analía Almirón (2008) señala, con Urry, que los sujetos se desplazan en búsqueda de significantes y signos ‘preestablecidos’, que derivan de los discursos que operan socialmente en relación al disfrute, el paseo y a un modo deseable en que deben constituirse las CH en las ciudades.

Como veremos, para tal fin, las gestiones se sirven del difundido repertorio de recursos tecno-mediáticos que consagra la posibilidad de referir a algo que potencialmente no existe, es decir la fabricación/creación de lugares. “Asistimos a un momento de la historia en el que variados segmentos electrónicos se establecen en el continuum orgánico, y la proliferación de dispositivos digitales en el universo de la comunicación y en el cuerpo mismo” (Berardi, 2017: 29), desconfigura las relaciones establecidas fundando un nuevo esquema de comunicación que prioriza la relación Máquina-Máquina. Las imágenes son así, instrumentos fundamentales -medio y fin- para un intercambio preestablecido en que los polos de la relación se producen bajo el lenguaje que encuentra sus posibilidades y límites técnicos en las máquinas visuales. Desde esta perspectiva, será necesario detenernos en los canales que se utilizan, desde la comunicación municipal (redes sociales, videos institucionales, spots de campaña, informes periodísticos, etc.), para la publicidad de los espacios intervenidos para poder abordar el fenómeno que antes describimos. Las imágenes son el producto acabado de una comunicación que encuentra en su emisión constante, la circulación de información sin ruidos que detengan la vertiginosidad de la comunicación maquina de lo igual con lo igual (Han, 2014). Estas imágenes se someten a las restricciones que imponen las plataformas (Twitter, Instagram, Facebook, etc) y se ajustan -indefectiblemente- a modos deseables de “hacer ver” la “realidad” mediante la hiper-estetización estandarizada

que le proveen las herramientas técnicas de la visión: cámaras, filtros, tomas, planos, etc. Las CH así, como lugares fabricados con fuerte anclaje en las imágenes -predeterminadas, mediatas, estructuradas, fetichizadas- desplazan al sujeto en su dimensión de poblador, de habitante de esos espacios y ponen de manifiesto la separación entre la experiencia y los sentidos que la sustentan. Dirá Paul Virilio (2006), que esas “...imágenes de síntesis realizadas por la máquina para la máquina, esas imágenes virtuales instrumentales, para nosotros serán el equivalente de lo que ya representan las figuraciones mentales de un interlocutor extraño... un enigma” (Virilio, p77).

Intervenciones en la centralidad histórica cordobesa

En este apartado nos detendremos en la descripción de las características y argumentos técnicos de las diferentes intervenciones que tomamos como casos de análisis.

Las supermanzanas cordobesas

Luego del detenimiento de la mayoría de las actividades en la ciudad de Córdoba al inicio del ASPO, producto de la pandemia, una vez que se habilitaron nuevamente los permisos de circulación por los espacios públicos, la Municipalidad accionó en la CH con intervenciones urbanas en tres espacios que convocan una marcada centralidad: la plaza San Martín (plaza fundacional alrededor de la cual se encuentran edificios patrimoniales significativos como son el edificio de la iglesia catedral y el cabildo, por ejemplo) (Figuras 2, 3 y 4), el paseo Sobremonte y plaza de la Intendencia (sector donde se ubica el edificio del Palacio Municipal y de tribunales) (Figura 5) y el área del Mercado Norte (sector alrededor del edificio del Mercado Norte que nuclea la mayor actividad comercial en la ciudad con diversidad de rubros) (Figuras 1 y 6). Las intervenciones estuvieron dirigidas en sus lineamientos de acción a incidir sobre los espacios urbanos públicos, fundamentalmente en términos de movilidad (circulación de vehículos, desplazamiento de peatones y bicicletas, etc.) a partir de aplicar la importación de dos modelos presentes en las agendas urbanas actuales: la supermanzana y el urbanismo táctico.

La idea de supermanzana no es nueva y se abordó con diversos resultados en el devenir de la historia urbana contemporánea. Desde la década de 1980 a esta parte, y durante los últimos años con mayor ímpetu, los postulados de Salvador Rueda sobre el desarrollo de supermanzanas para la ciudad de Barcelona han sido foco de atención como posibilidad de

implementación en cuanto solución factible a los problemas de la ciudad actual.¹³ Por otra parte, y en contraposición a los postulados de aquella ciudad que se genera a partir de las estrategias oficiales, en estos últimos años también emergió la denominación y asignación de lo que se conoce actualmente como urbanismo táctico.¹⁴ Consiste en el desarrollo de una serie de acciones de bajo costo, en términos económicos, para hacer cambios físicos en la ciudad a partir de la escala calle. Este tipo de iniciativas, con un “...enfoque intencionado y progresivo para promover el cambio...” (Lydon, 2012, p.8), buscan ser acciones desarrolladas por la ciudadanía a corto plazo con la intención de generar transformaciones a largo plazo. Esta perspectiva propone que “...los actores locales prueben nuevos conceptos antes de hacer grandes compromisos políticos o económicos” (Lydon, 2012, p.9). Consisten en iniciativas con un presupuesto reducido que, por lo general, impactan principalmente en aspectos estéticos (a nivel de pintura y colorimetría en el paisaje urbano a partir de intervenciones en las calles) y de mobiliario transitorio. A veces autorizadas oficialmente por el gobierno y otras no, son intervenciones ciudadanas que proponen generar impacto rápido para llamar la atención de quienes transitan habitualmente esos lugares y de los gobiernos locales con la intención de generar actuaciones mayores sobre dichos espacios.

En la ciudad de Córdoba, la supermanzana se aplicó como denominación e imagen promocional para identificar las intervenciones desarrolladas durante el devenir de la pandemia, pero sin considerar en su accionar lo que el concepto como tal implica. Se dispuso la suspensión del tráfico vehicular en ciertas calles de los sectores enunciados con la intención de unificar manzanas sin proponer estrategias integrales en relación a la movilidad del transporte público. En la intervención llevada a cabo en la plaza San Martín, por ejemplo, se suspendió el paso del transporte público por la única calle en la ciudad que nuclea casi la totalidad de las líneas de colectivos urbanos. Todo ello sin una contrapropuesta o una solución ante tal decisión y, mucho menos, una evaluación sobre las consecuencias y el impacto de esto a futuro.

¹³ El desarrollo teórico-conceptual y de praxis desarrollado por Salvador Rueda para la ciudad de Barcelona apunta a intervenir desde la supermanzana como fórmula posible de ser aplicada, fundamentalmente, en sectores de ciudades con una gran densidad poblacional. Sus ideas se inscriben en lo que denomina “urbanismo ecosistémico”. Son acciones que promueven generar una ciudad dentro de una ciudad a partir de propuestas integrales que busquen reorganizar la movilidad urbana, la apropiación del espacio urbano público, la participación ciudadana, las actividades locales y la interacción entre los distintos actores implicados.

¹⁴ El término “urbanismo táctico” en su utilización actual y en su traducción para las acciones contemporáneas sobre el espacio urbano público surge luego de la peatonalización de Times Square en la ciudad de Nueva York en donde se las describe como “intervenciones tácticas” y “jaqueos” y a partir de lo cual se elabora un documento denominado “Tactical urbanism” que plantea una guía sobre cómo intervenir en las ciudades bajo estos lineamientos (Lydon, 2011 y 2012)

En las intervenciones llevadas a cabo en las tres supermanzanas se pintaron las calles bajo los principios del urbanismo táctico (pero sin la participación ni el involucramiento de la ciudadanía, quienes amanecieron con las propuestas ya desarrolladas); se dispusieron sendas peatonales delimitadas; se establecieron sectores de espacios públicos que fueron cedidos al espacio privado de comercios, restaurantes y sedes bancarias; se delimitaron espacios para bicicletas y se crearon canteros que tienen como intención la generación de una escena que contenga mayor presencia de vegetación en el paisaje urbano (Figuras 1). Los edificios señalados como patrimonio terminan de componer la imagen buscada al disponerlos como fondo en la escena generada. Así, el orden de las mesas en los espacios públicos cedidos a los locales privados se orientan a contemplar y observar los edificios señalados como emblemáticos o representativos de estas áreas y, por extensión, de la ciudad y la identidad cordobesa en su conjunto, mientras se consumen los servicios ofrecidos por los restaurantes y bares (Figuras 2 y 3).

Las intervenciones desarrolladas, consistieron en la implementación e importación acrítica de imágenes y acciones estéticas sobre ciertos espacios urbanos públicos de la CH con el riesgo de quedar solo en acciones superficiales y no en propuestas integrales. Hasta el momento no hay ningún enunciado oficial que exponga lineamientos de intervención para estas acciones en un plan integral para toda el área y, mucho menos, para la ciudad en su conjunto lo que confirma, por lo tanto, su desarrollo como propuestas aisladas.

Figura 1 y Figura 2: Espacios públicos cedidos a locales comerciales privados en el área del Mercado Norte y de la Plaza San Martín con los edificios del Mercado Norte y la iglesia Catedral como fondo de contemplación.



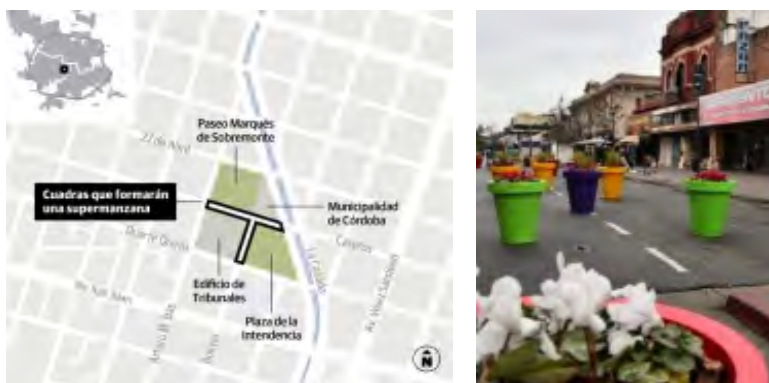
Fuente: Diario La Voz del Interior

Figura 3 y Figura 4: Intervenciones realizadas en la calle San Jerónimo para la supermanzana de la Plaza San Martín.



Fuente: Diario La Voz del Interior.

Figura 5 y Figura 6: Propuesta de intervención en el área del Paseo Sobremonte y Plaza de la Intendencia. Macetas dispuestas en el área de la supermanzana ideada para la zona del Mercado Norte.



Fuente: Diario La Voz del Interior

La propuesta de un nuevo Parque Las Heras

Hacia finales del siglo XIX, y producto de la lenta expansión urbana que estaba atravesando la ciudad de Córdoba, se crea el parque Las Heras,¹⁵ un sector verde de esparcimiento, recreación y paseo público, colindante con el área central pero del margen opuesto del río. Luego de diversos avatares, épocas de abandono, resurgimiento y diferentes intervenciones, será en la década de 1980 cuando sufra las últimas modificaciones profundas a nivel material producto de las propuestas del arquitecto Miguel Ángel Roca en relación a la sistematización del Río Suquia. Es importante destacar el giro que en los últimos años, tuvo la utilización de

¹⁵ El 21 de febrero de 1889 se inaugura oficialmente el paseo público con el nombre de Elisa, en honor a la esposa del presidente de la nación. Hasta entonces el parque recibía el nombre de Juárez Celman. El 7 de septiembre de 1891, luego de la Revolución de 1890 y por propuesta de la Comisión del Centenario del General Paz, el paseo pasó a llamarse Parque General Las Heras.

este espacio cuando se instaló una feria comercial durante los fines de semana con una alta concurrencia popular. Comenzó a funcionar en el año 2011 como respuesta a la demanda de los comerciantes formales que trabajan en locales del área central, quienes continuamente expresaban el malestar frente al comercio “informal” que se disponía en las veredas; y a la necesidad de la Municipalidad de “regularizar” la dinámica comercial. Producto de estas tensiones, algunos vendedores decidieron instalar su espacio de venta en la zona del parque Las Heras como lugar libre de las disputas y presiones que atravesaban en el área central. Inicialmente comenzaron 26 feriantes y previo al inicio de la pandemia eran 1400 puestos aproximadamente (Figura 7).

Con el inicio del ASPO la suspensión de actividades en los espacios públicos llevó también la finalización de la actividad comercial en el parque Las Heras. El gobierno municipal, que en los últimos años intentó continuamente desplazar la feria hacia otros lugares de la ciudad, aprovechó la inactividad para rápidamente proponer, en el mes de abril, un proyecto de intervención sobre el parque con la intención de “refundarlo” y de esta forma arbitrar su cierre.

El proyecto de intervención, presentado oficialmente por el gobierno, consiste en una propuesta que, como impera en la tradición cordobesa, no se desarrolló bajo la modalidad de concurso público de ideas. En la primera etapa de acción, ya en marcha, se dispuso un cerco perimetral de cerramiento para la obra que busca establecer una nueva conexión con el río Suquía. La unión de espacios verdes implicará una intervención en la avenida costanera con sentido al área central. En otra fase, se construirán pasarelas que unirán el parque con el margen sur del río para llegar peatonalmente hasta el centro de la ciudad. La propuesta se basa en la disposición de paseos internos y en la búsqueda de ganar nuevos espacios junto al desarrollo de un área para la práctica de deportes extremos, sanitarios y locales comerciales y gastronómicos (Figuras 8, 9 y 10). Es importante destacar que la reforma de esta zona también se enmarca en la disputa por el desarrollo de diversos proyectos inmobiliarios privados que se publicitan en sectores colindantes al parque¹⁶ (Figura 11).

¹⁶ El empresario Sergio Roggio acordó en el año 2014 un proyecto con la municipalidad que consiste en la construcción de 6 torres de departamentos y oficinas de más de 90 metros de altura (33 pisos aproximadamente), cocheras y áreas comerciales en un predio de unos 23.000 m² de superficie, frente al parque Las Heras. La habilitación para construir dicha cantidad de altura y de torres fue posible gracias al convenio, acordado con el gobierno municipal y aprobado por el Concejo Deliberante de la ciudad, que impone a Roggio pagar una plusvalía de 10 millones de pesos establecidos en ese momento.

CIUDADES, IMAGINARIOS Y REPRESENTACIONES SOCIALES

CRUCES ENTRE CULTURAS, EXPERIENCIAS Y MATERIALIDADES

Figura 7 y Figura 8: Puestos en la feria que se desarrollaba en el parque Las Heras. Nueva propuesta de diseño para el desarrollo de actividades recreativas en el parque.



Fuente: Diario La Voz del Interior

Figura 9 y Figura 10: Nuevo proyecto de intervención para modificar el parque Las Heras, actualmente en ejecución.



Fuente: Diario La Voz del Interior

Figura 11: Propuesta de desarrollo inmobiliario que consiste en 6 torres y locales comerciales frente al parque Las Heras.



Fuente: Diario La Voz del Interior

Análisis de los casos

El corpus sobre el que realizaremos nuestro análisis fue configurado a partir de prácticas discursivas heterogéneas: por un lado, notas periodísticas del diario de mayor tirada local “La Voz del Interior” (en su formato digital); y, por otro, retomamos los discursos oficiales de la Municipalidad de Córdoba, publicados en el sitio oficial de la ciudad como en su red social Twitter. Nos concentramos en las publicaciones realizadas en el período comprendido desde el mes de febrero 2020, cuando se anunció la creación de la primer supermanzana, hasta agosto de 2020, mes en el que se concretó la más reciente intervención de la municipalidad en los espacios estudiados: la reapertura de la Feria del Parque las Heras.

Nos interesa identificar los principales sentidos a partir de los cuales se construyen estos discursos, con el fin de ponerlos en perspectiva en la cadena discursiva que los produce, en el sistema de evaluación social (Bajtín y Medveded, 1993; Espoz y Vaccaro, 2017). Analizar el universo de sentido de algunas prácticas, en particular, las vinculadas a la construcción de la CH y sus modos aceptables/deseables de circulación y disfrute, nos permite comprender su valor social que, a su vez, condensa realidades materiales concretas. Abordar estos discursos y, específicamente, las imágenes desde esta perspectiva, nos permite observar la manera en que, en contextos de mediatización socio-cultural como los nuestros, los signos son un lugar clave para la comprensión de la generación de valores, en este caso sobre la ciudad y sus modos de habitarla.

En este apartado nos detendremos en el análisis de los sentidos producidos en torno a estas intervenciones en las estrategias de comunicación tanto oficiales como en la prensa, concentrándonos en el rol que ocupan las imágenes como index de las transformaciones urbanas realizadas. Algunas de las inquietudes que guían esta indagación son: ¿Para quien se intervienen los espacios públicos en la ciudad? ¿Para qué ojo? ¿El de los pobladores que los habitan o el de la máquina fotográfica? ¿Qué valores se generan en este marco y cómo estructuran la posible y deseable experiencia en la ciudad? ¿Qué procesos de inclusión y exclusión se producen?

Sobre la Ciudad Sustentable: sentidos producidos en torno a la intervenciones en la CH

Nos interesa, en este punto, observar cómo opera el complejo entramado de valores, imágenes, disposiciones arquitectónicas, saberes técnicos y estrategias comunicacionales de las que se sirve la gestión municipal en la intervención de los espacios. Con ello no solo nos referimos a la modificación de la materialidad territorial y los artefactos utilizados en ese

afán, sino al proceso de lo que hemos dado a llamar, con Lash y Urry (1998), “fabricación de lugar”. Vemos en los casos estudiados como se configura una estrategia comunicacional que materializa la posibilidad de referir a algo que potencialmente no existe. Así observamos que aparece una estrategia macro en la intervención y creación de espacios, que implica una relación indisociable entre el orden de las piedras (Sennett, 2007) y los procesos comunicacionales. Esta se orienta desde los valores dominantes incritos en el contexto evaluante que establece lo aceptable y deseable para las ciudades globales: “sustentabilidad”, “movilidad urbana”, “patrimonio y turismo” (vinculado al ocio y el disfrute), “amigable con el medio ambiente”, etc. Uno de los primeros sentidos que aparece con fuerza en la estrategia argumentativa del municipio, a favor de las intervenciones en los espacios analizados, es la “recuperación” o “puesta en valor” de monumentos y edificios históricos:

La acción se inscribe en el marco de la revalorización que el municipio quiere imprimirle al Mercado Norte y sus alrededores (Calderon, 13 de julio de 2020).

En este proyecto pensado por etapas, la Municipalidad trabajará en la puesta en valor de los paseos internos, en mejorar la glorieta y en ganar espacios, ya que dejará de funcionar en el lugar la Dirección de Deportes. Su estructura será reconvertida en un punto para la práctica de deportes extremos, además de sumar sanitarios y una confitería. Algo similar a las adaptaciones del parque del Chateau (Suppo, 12 de mayo del 2020).

Esta fraseología que aparece en el corpus no es nueva, como señalamos con anterioridad, desde la conmemoración del Bicentenario de la Patria en el año 2010 y el Plan Director del año 2008, observamos cierto consenso sobre la existencia de espacios, objetos culturales y artísticos para lo que es necesario diseñar políticas de conservación y puesta en escena de aquello que reconocen como patrimonio histórico (Peixoto, 2013; Espoz y Boito, 2016; Espoz y Del Campo, 2018; Espoz et. al; 2019). De esta manera, al apelar a la narrativa dominante de la memoria histórica de la ciudad de Córdoba, el patrimonio se erige como un valor adquirido por los espacios públicos intervenidos.

Este valor patrimonial esconde, a su vez, un claro proceso de exclusión ya que en el mismo movimiento que los espacios que estaban en estado de ‘olvido’ y ‘abandono’ son “recuperados”, se les imprimen nuevas lógicas de circulación, permanencia y disfrute. Si bien, la contemplación y el consumo del patrimonio estaría disponibles para “todos”, es válido preguntarse quienes conforman este colectivo ya que, por ejemplo, en las fotografías publicadas sobre las supermanzanas no aparecen los vendedores ambulantes del Mercado Norte o la Plaza San Martín, pero sí es posible observar las mesas y sillas de los bares en lo que antes eran las calles. En estos lugares fabricados se encuentran preestablecidos los modos en los que es posible explotar el valor patrimonial así como se regulan los modos de paseo y disfrute.

Un aspecto novedoso en este caso es que se suma como valor al patrimonio, el cumplir con las disposiciones del distanciamiento social exigido a partir de la declaración de la pandemia por el COVID-19:

Tal como ya se ha realizado en Caseros –entre Arturo M. Bas y Marcelo T. de Alvear–, las calles que fueron recientemente peatonalizadas en el Centro serán intervenidas con una mayor infraestructura para los peatones, además de la puesta en valor de la plaza mayor y el distanciamiento social. Pero, a diferencia de la primera "supermanzana", tendrá como prioridad la revalorización histórica (Suppo, 01 de julio de 2020)

Como ya señalamos, las obras se llevaron adelante en pleno ASPO y vemos también cómo fue utilizado por la municipalidad para justificar parte de las intervenciones, estas disposiciones espaciales aportarían seguridad -sanitaria-, en tanto valor agregado, a la “belleza” y la “historia” que ofrecen estas supermanzanas. Es relevante destacar que las notas periodísticas reproducen casi idénticamente las comunicaciones oficiales, no hay disputa de sentido en torno a las transformaciones implementadas, no aparecen voces disidentes.

Otro de los sentidos recurrentes en el discurso oficial se enfoca en la movilidad urbana, este se refiere no sólo al movimiento de los cuerpos en el espacio de la ciudad, sino que contiene un acento valorativo relacionado al disfrute y al ocio de la centralidad como mandato. En gran medida, las intervenciones implicaron modificaciones en el sentido de las calles, reducción de los espacios para los automóviles, incorporación de ciclovías e incluso la

peatonalización total de arterias que antes eran de circulación automotriz. Vemos, además, como desde el discurso oficial se exponen los fundamentos con los que se busca modificar el espacio central y se define una tendencia que se presenta como “deber ser” desde la gestión que conduce:

Debemos trabajar en esta gran tendencia y darle prioridad al peatón por sobre el automóvil, muy distinto a las décadas de los ‘70 y los 80, cuando se sacaban canteros para facilitar el paso de los vehículos. Hoy es un volver atrás y darle prioridad a la gente (Daniel Rey, en Suppo, 03/05/2020)

Vemos cómo la materialidad intervenida nos ilustra un modo puntual de circulación en la CH de la ciudad en la que priman las mesas de bares en la calle, las bicisendas y las nuevas peatonales en lugares donde antes existían carriles y paradas de colectivos urbanos y circulación de vehículos particulares. Así se sientan las bases para la conformación de un modelo de circulación en la centralidad, sostenido por el paseo, y el disfrute del consumo patrimonial, en detrimento del tránsito con fines laborales. Nos preguntamos en este punto quiénes son los destinatarios de ese disfrute, cuáles son los cuerpos habilitados para ocupar ese nuevo espacio creado, dado que anteriormente por esas zonas circulaban pobladores que utilizaban la centralidad como modo accesible de conexión entre el trabajo y sus viviendas. Es posible observar cómo se invisibiliza por completo a quienes habitaban el lugar antes del ASPO, aunque paradójicamente, otro de los sentidos que es utilizado con reiteración en las estrategias discursivas es el de “tomar la calle”:

Es la primera supermanzana de Córdoba, que es un concepto de ciudad sostenible. ¿Cómo podemos ganar espacio público?: tomando la calle (Garbovetzky, 29 de febrero de 2020).

De hecho, ya estamos conversando para ganar espacios que pueden ser de una cuadra y media, o un triángulo que queda desintegrado’, anticipó la fuente municipal (Garbovetzky, 29 de febrero de 2020).

El acento valorativo que se le asigna a “tomar la calle” lejos está de aquel vinculado a los procesos de acción colectiva para los que, implicó una herramienta de visibilización en el espacio público de diferentes demandas y reivindicaciones sociales de los habitantes de la ciudad. En el discurso de la Municipalidad de Córdoba, “ganar la calle” es no solo ganársela a los autos sino ampliar el espacio de intervención y definición en el territorio: es establecer funciones para cada lugar y definir los tipos subjetivos que pueden habitarlas, en suma es ordenar la centralidad histórica. Un ejemplo de esto son las biciesendas que se incorporaron en las distintas intervenciones. Dado su extensión acotada y su inexistente conexión a un sistema integrado de biciesendas a lo largo de la ciudad, podemos decir que están ahí para el paseo en rollers o bicicletas, pero no para brindar solución de movilidad a los pobladores de la ciudad que circulan hacia sus empleos. En las biciesendas de la CH se desplazan cuerpos que se condicen con la idea de una centralidad ordenada para el turismo- de pobladores y extranjeros-. Así, runners, rollers y ciclistas aficionados toman el espacio que antes era del sistema de transporte público, pero no lo hacen quienes viajan al trabajo en bicicleta porque las nuevas sendas comienzan y terminan en el nuevo espacio intervenido.

Por último, vemos también como el patrimonio, la seguridad (sanitaria) y la movilidad configuran lo que, tanto en los canales oficiales como en el medio analizado, se engloba en un concepto que las contiene: ciudad sostenible. Este término tiene una fuerte presencia en los saberes legitimados en la planificación de las urbes actuales y se ve materializado en los programas que propician los organismos internacionales como la ONU con sus Objetivos para el Desarrollo Sustentable (ODS), en los que en su objetivo número once propone: “...reducir el impacto ambiental negativo per cápita de las ciudades (...) proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo (...) aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para una planificación y gestión participativas, integradas y sostenibles” (Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible- Organización de Naciones Unidas).¹⁷ Con ello queremos explicitar la existencia de un modo aceptado de planificar las CH que conforma el contexto evaluador con el que los gestores legitiman sus intervenciones en el espacio urbano y se sustenta en conceptos estandarizados y prearmados que desconocen las particularidades de las experiencias urbanas locales.

¹⁷ Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Sobre la ciudad escópica: las imágenes en el corazón de la fabricación de lugares

Nos detendremos ahora en lo que denominamos como la dimensión comunicacional de las políticas de intervención sobre la CH de la ciudad de Córdoba. En primera medida observamos que existe una campaña diseñada para presentar estas acciones en clave de “Comunicación política”.¹⁸ Es decir, cuenta con un relato organizado, imágenes profesionales y una línea narrativa que funciona como marca para publicitar la política que estamos analizando. Todas las obras cuentan con su campaña de difusión audiovisual y con publicaciones periódicas que relatan los avances que acontecen en las tareas, para su difusión se utilizan las redes sociales oficiales (facebook, instagram y twitter). El mensaje es claro y está orientado a generar ciertos efectos en la opinión pública: volver las intervenciones necesarias y, por tanto, legítimas.

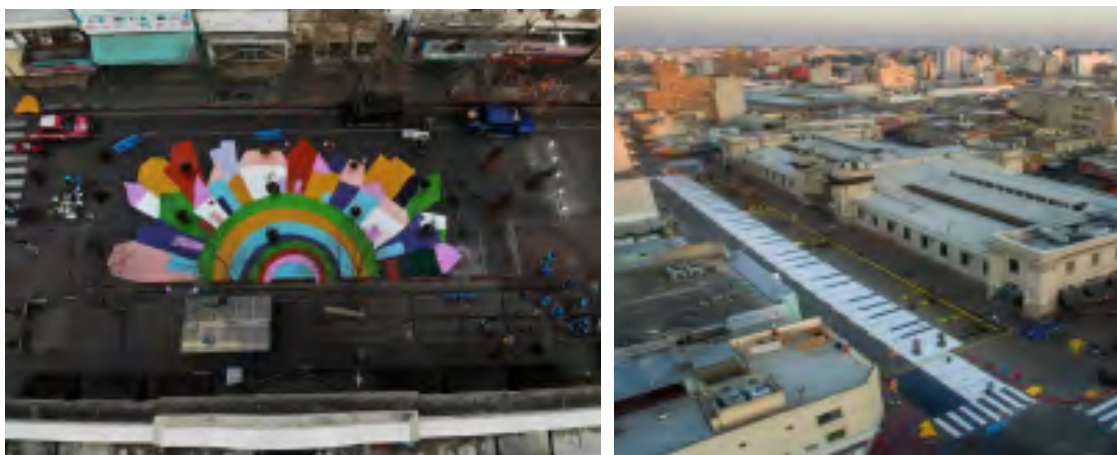
En primera medida es llamativa la reiteración de fotos tomadas desde drones, osea desde lugares a los que solo accede el ojo de la cámara para luego ser difundidas. No hay posibilidad humana de lograr esa visión sin mediación tecnológica. El caso de las intervenciones en el Mercado Norte es paradigmático, en este sentido, dado que sus calles laterales fueron intervenidas artísticamente (Figuras 12 y 13) con una recurrencia en el diseño que cumple con lo que antes describimos: sólo se puede comprender a las figuras dibujadas desde la óptica de un dron. Con ello entendemos que el fin de esas imágenes, colocadas sobre las calles, es el de la posterior mediatización en el esquema publicitario del gobierno municipal. El espacio así, se constituye en una escenografía para ser fotografiada desde lo alto, mientras que los pobladores que por allí circulan no tienen posibilidad alguna de comprender sobre qué figura se encuentran caminando. La totalidad de esas pinturas que mencionamos están marcadas por un elemento que las aglutina como concepto: el cuarteto.¹⁹ Allí vemos que en uno de los sectores reza la frase “El ritmo del Mercado” y aparece también un piano (instrumento fundamental de esta música). Se busca establecer una relación próxima entre el

¹⁸ En la actualidad las gestiones se sirven de nutridos equipos interdisciplinarios de profesionales que acompañan a los funcionarios como asesores o promotores de los contenidos que difunden oficialmente. La “Comunicación Política” o ComPol (tal como le dicen sus benefactores) se ha constituido en un campo que pregona a la comunicación en su dimensión técnica y que le atribuye condiciones para el mejoramiento de la gestión de gobierno.

¹⁹ El Cuarteto es un género de la música popular de la provincia de Córdoba. Tuvo sus orígenes en los años 1940. En el año 2013, el Concejo Deliberante de la ciudad de Córdoba lo declaró Patrimonio Cultural Inmaterial a través de la Ordenanza N. 12205 y el mismo año lo haría la Legislatura de la provincia mediante la Ley N. 10174. Actualmente se encuentra en trámite un proyecto de ley en el Congreso de la Nación para declararlo Patrimonio Inmaterial de la Nación Argentina.

cuarteto y un sector de la ciudad históricamente caracterizado por su cariz popular. En esta operación lo que se intenta es fabricar un lugar a través de cierta deshistorización de la cultura cordobesa generando así un espacio gentrificado²⁰ en que los propios pobladores que transitan se encuentran desplazados por la modificación que del espacio se ha realizado. El cuarteto como ritmo popular se vuelve producto en la estética del Mercado y con ello se motoriza la valorización de un espacio que engendra los propios procesos de exclusión.

Figuras 12 y 13: Intervenciones de pintura en las calles alrededor del edificio del Mercado Norte.



Fuente: La Voz del Interior

El caso del Parque las Heras resulta clave para comprender el rol que juegan las imágenes en la fabricación de entornos de ensueño (Buck Morss, 2005). Las imágenes que acompañan al titular “Cómo serán las obras para ‘refundar’ el parque de Las Heras” son planos y renders, recursos gráficos que permiten construir apariencia y volúmenes a escala de la edificación y también del entorno. Muestran tomas panorámicas a partir de las cuales es posible mirar el espacio “desde arriba” como “un vuelo”; planos en los que la posición de quien mira siempre es desde lo alto, en los que no existen los habitantes habituales de dicho espacio. Como señalamos anteriormente, la organización de elementos visuales en las imágenes generan una realidad deseable, en estas particularmente, provocan la sensación de que ‘todo está a la vista’ y de que “refundar”, es estar por encima de los conflictos.

²⁰ Se basa en la obtención a muy bajo costo de terrenos devaluados por desinversión pública y por ocupación informal del suelo lo que garantizara, la rentabilidad de la (re)inversión en dicho emplazamiento construyendo productos habitacionales dirigidos a clases medias y altas (Gotham, 1995:1102).

Caso similar observamos en otras de estas intervenciones en las que elementos estéticos se dispersan estratégicamente para completar, con el ojo de la cámara, una imagen de ciudad ajustada a los estereotipos dominantes de la experiencia turística y del disfrute urbano. En la supermanzana que modifica las adyacencias de la Plaza San Martín, podemos ver algunos de ellos. Existen en ese espacio dos artefactos estéticos que destacan por su presencia: una estructura con letras que dice “AMO CBA” (Figura 15) y que corresponde al universo discursivo con el que muchas ciudades sintetizan una marca y tiene su origen en el “I LOVE NY” del diseñador Milton Glaser; y una escultura con forma de corazón, dispuesta en un sector donde antes circulaban autos y colectivos. En ambos casos, la disposición está orientada a las fotografías que sacan los pobladores que por allí circulan. A diferencia de lo que antes relatamos, esta intervención prioriza las imágenes que se tercerizan a través de las redes sociales de los habitantes en lugar del canal oficial del municipio. No obstante, se cumple a rajatabla con el modelo turístico global que garantiza la posibilidad de contar con un fondo fabricado para cumplir con los cánones turísticos de circular en una ciudad intervenida para el disfrute y, poder dar cuenta de ello en las redes sociales personales.

Figura 14 y Figura 15: Artefactos estéticos frente al edificio de la Iglesia Catedral.



Fuente: elaboración propia y Diario La Voz del Interior

A modo de cierre

En nuestro análisis vimos cómo el discurso de ciudad sustentable se erige como principal argumento para legitimar las intervenciones que desde la Municipalidad de Córdoba se realizaron en la CH en el período de ASPO. Este discurso se configura a partir de sentidos como el de patrimonio, seguridad -sanitaria-, movilidad sostenible, amigable con el medioambiente que, a su vez, operan valorizando los espacios intervenidos y definiendo

quienes pueden disfrutar/consumir/explotar.

Advertimos también cómo lo visual juega un papel fundamental en la estrategia comunicacional, ya que construye aquello que se establece como deseable, máxime si tenemos en cuenta las limitaciones a la circulación establecidas en contexto de pandemia. Así la experiencia de estos “nuevos” espacios es fundamentalmente mediada por las imágenes que se difunden. Más aún vimos cómo estos espacios fabricados están orientados a ser mostrados/vistos más que a ser vivenciados en el “aquí” y “ahora” de quienes por ellos circulan. Se trata, como afirma Chartier (1996), del empleo de las imágenes en tanto instrumento que posibilita y conlleva una doble función: exhibir su propia presencia como imagen y constituir con ello a quien mira como sujeto mirando.

Como señalamos, la fabricación del carácter turístico en vinculación al patrimonio no es novedoso como argumento de intervención urbana. No obstante, observamos que en este contexto se agrega como dimensión fundamental el cuidado de la salud, por su jerarquía y rol frente a la situación pandémica actual. La utilización de este tándem aparece recurrentemente en los discursos analizados y es en ello que encuentra una justificación para la intervención de la CH, omitiendo incluso los canales burocráticos del concurso público en tanto regulación de intervención sobre la ciudad.

El análisis de los procesos desarrollados, evidencia la configuración de valores que condensan un claro proceso de segregación. Junto a la ‘recuperación’ de los lugares que estaban ‘olvidados’ y ‘abandonados’, el “tomar la calle”, “ocupar los espacios”, en fin, las políticas destinadas a volver a estos lugares “sustentables”, se asignan nuevas lógicas de circulación, permanencia y disfrute para la ciudad que excluyen a quienes habitualmente habitan dichos espacios por no responder al tipo subjetivo que impone este modelo de ciudad global. Vale decir que, en el horizonte de estas intervenciones, se encuentra el anhelo de la gestión municipal de cumplir las normas y estándares que los organismos internacionales definen para que las ciudades puedan formar parte del mercado turístico global sin contemplar los modos de vivenciarlas de sus habitantes.

Lo que está en juego, en apariencia, es cuán cerca se está de concretar el difundido modelo de ciudad “sustentable” e “inteligente” que se postula en la promoción de las intervenciones. Vemos, en los casos analizados, como la red de elementos heterogéneos (valores, imágenes, disposiciones arquitectónicas, saberes técnicos y estrategias comunicacionales) operan para cumplir con la extendida expectativa (a veces explícita y otras no) de corresponderse con las

ciudades globales y cosmopolitas de las que Córdoba pretende formar parte. Las intervenciones se disponen para ser vistas más que experimentadas, cada componente es un eslabón de una estrategia visual en que devienen imágenes para cumplimentar con un deber ser que parece ser el modo ineludible en que la ciudad, en tanto marca global, puede ser presentada. En este sentido pudimos observar cómo el discurso aglutina en imágenes que, no solo son las que se difunden electrónicamente, sino las que se construyen en el espacio intervenido: a la movilidad, bicisendas; a la sostenibilidad, menor circulación; a la ecología, canteros; para la ciudad global supermanzanas, mercados sin olor y parques “espléndidos”. La CH se dispone así, más y más, para el ojo muerto de la cámara, configurando nuevos imaginarios en torno a los usos y apropiaciones de los espacios públicos signados por el consumo.

Referencias Bibliografía

- Almiron et all. (2008). "El turismo como impulsor del desarrollo en argentina. una revisión de los estudios sobre la temática". *Aportes y Transferencias*, 12 (1), 57-86.
- Bajtín, M. y Medvédev, P. (1993). "La Evaluación Social, su papel, el enunciado concreto y la construcción poética". *Criterios*, 9-18
- Berardi, F. (2014). 'Tiempo y dinero', en *La sublevación*. Buenos Aires: Hekht Libros. 77-85
- Berardi, F.(2017). *Fenomenología del fin: sensibilidad y mutacion conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Berger, J. (2016). *Modos de Ver*. Madrid: GG.
- Boito M. E. y Espoz, M. B (2016). Título: "Disputas sobre "lo común": políticas de patrimonio, conflictos y haceres colectivos" en *Lo común en la construcción de ciudad*, C. Echavarría y N. Abatedaga (comps). CONICET y Universidad Nacional de Córdoba: Córdoba.
- Buck Morss, S. (2005) *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Buenos Aires: Interzona Editora
- Carrión, F. (2010). *El laberinto de las centralidades históricas en América Latina. El centro histórico como objeto de deseo*. Quito: Ministerio de Cultura de Ecuador. Virilio, P (2006). *Velocidad y política*, Buenos Aires, La Marca.
- Chartier, R. (1996). *El mundo como representación. Historia cultural, entre práctica y representación*. Barcelona: Gedisa.
- Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. La Marca: Buenos Aires. De Certeau, M. (2010). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.
- Espoz, M.B. y Vaccaro, N. (2017) "La cuestión del valor en las disputas urbanas: la patrimonialización como dinámica productiva". Publicación en *Actas Congreso ALAS*. ISBN 978-9974-8434-7-9. Disponible en: <http://www.alas2017.com/isbn/>
- Espoz, M. N y Del Campo, L. (2018) "Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010-2018)". *Revista Question*, Vol. 1; nº 60. ISSN 1669-6581. Universidad de la Plata, Argentina. 2018. E103. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/4840>
- Espoz Dalmaso, M. B; Quevedo C: Villagra, E. y Salcedo Okuma, L. (comps) (2019) *Memorias y Patrimonios: relatos oficiales y disputas subalternas*. CONICET Y Grafica del Sur. 363pp
- Lash, S. & Urry, J. (1998). *Economía de signos y espacios. Sobre el capitalismo de la postorganización*. Buenos Aires: Amorrotu.

- Han, B. C. (2014). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder
- Harvey, D. (2007). *Espacios del capital. Hacia una geografía crítica*. Madrid: Akal.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.
- Lydon, M. (2011). *Urbanismo táctico. Acción a corto plazo, cambio a largo plazo*. Nueva York: Street Plans Collaborative and Nextgen.
- Malecki, S. (2018). “Ernesto La Padula en Córdoba: peronismo y ciudad, 1946-1955”. *Anuario de Estudios Americanos*, 1 (75), 323-352.
- Peixoto, P. (2011). “O património revela o mundo como ele é”. *CEAMA*, 7, 228-232.
- Peixoto, P. (2006). *O passado ainda não começou. Funções e estatuto dos centros históricos no contexto urbano português (Tesis doctoral)*. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal.
- Rigotti, A. M. (2014). *Las invenciones del urbanismo en Argentina (1900-1960). Inestabilidad de sus representaciones científicas y dificultades para su profesionalización*. Rosario: UNR Editora.
- Sennett, R. (2011). *El declive del hombre público*. Barcelona: Anagrama.
- Sennett, R. (2007). *Carne y piedra: el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid, Alianza Editorial.
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu Sontag, S (2011). *Sobre la fotografía*. Madrid: Contemporánea.
- Urry, J. (1996). *O olhar do turista. Lazer e viagens más sociedades contemporaneas*. São Paulo: SESC y Studio Nobel.
- Vera, P. (2019). *Imaginarios urbanos: dimensiones, puentes y desplazamientos en sus estudios*. En, Paula Vera, Ariel Gravano y Felipe Aliaga (ed.). *Ciudades (in)descifrables. Imaginarios y representaciones sociales de lo urbano*. Tandil: Editorial UNICEN. Bogotá: Ediciones USTA.