

¿CÓMO INDAGAR “LO COMÚN” EN CONTEXTOS DE VELOCIDAD? PATRIMONIO Y MEMORIA COMO POLÍTICAS DE SENSIBILIDAD

**María Belén Espoz Dalmasso
María Lis del Campo**

Introducción

El campo de la comunicación ha sido pionero en reflexionar en torno al lugar que ocupa la memoria como mediación intergeneracional e interactoral de sociedades cada vez más complejas, por los constantes procesos de mediatización de la experiencia y la cultura. La “memoria” y el “patrimonio” aparecen como dos encuadres que suponen formas de interacción y comunicación que revelan estados del sentir de una sociedad determinada. Bajtín decía que la condición del ser es “comunicarse” y, en ese sentido, no hay dimensión de lo humano que carezca de expresividad: “todo acto humano es un texto en potencia” (Bajtín, 1992, p. 215). Dicha potencialidad de materialización es la que nos ayuda a pensar la relación entre memoria y patrimonio en contextos contemporáneos desde una perspectiva comunicacional y socio-discursiva. En el presente trabajo pretendemos desarrollar algunas pistas teóricas y metodológicas para poder indagar estas experiencias orientadas a consolidar lo común en contextos de mediatización y mercantilización cultural.

Por ello no pretendemos aquí hacer un ejercicio histórico sobre los estudios de memoria y patrimonio -de amplio desarrollo en diferentes disciplinas y contextos geopolíticos e históricos- sino más bien, indagar allí donde patrimonio y memoria aparecen como un lugar de lo común social que potencializa la construcción intersubjetiva de lazos culturales.

Dicho esfuerzo requiere en un primer momento inscribir estos interrogantes en el campo de las políticas de la sensibilidad, buscando establecer la conexión entre memorias, espacios/objetos, afectos y cuerpos que son revalorizados/rememorados en una temporalidad precisa. Para ello, debemos describir los marcos socio-ideológicos (Espoz, 2013) que instauran lógicas de producción de valor en el desarrollo de políticas de patrimonialización contemporáneas: es en los festejos por los Bicentenarios de la Patria, en Argentina, que encontramos un mojón desde el cual pensar la apertura de una problemática que busca ampliar el estatuto de la memoria más allá de la hegemonía discursiva (Angenot, 1989) establecida en torno a la última dictadura (1976-1983).

Durante una década, al menos, los estudios de memoria encuentran en ese espacio-tiempo un encuadre de desarrollo teórico y metodológico que se consolida, a la vez, como política de Estado (particularmente en el periodo presidencial kirchnerista) que configura una particular gramática rememorativa en su discurso (Bermúdez, 2015). Los doscientos años de la Revolución de mayo y de la declaración de la Independencia, aparecen como un salto cualitativo en el campo de las argumentaciones públicas sobre la puesta en valor patrimonial, que activa diversas memorias sobre el pasado colonial y las culturas locales en el pasado más próximo, con el objeto de tramar nuevas formas y prácticas de consumo socio-cultural para pobladores y extranjeros.

En esta dirección es que reflexionaremos sobre dos marcas que, apelando a la memoria y al valor patrimonial de lo cordobés, ponen en escena un lugar común que requiere de ser interpretado a la luz de algunas tensiones/conflictos que vuelven a orientar la pregunta por la memoria como generadora y fortalecedora de “lazos sociales comunitarios”: el humor y el comer, como dimensiones que motorizan diversas propuestas de prácticas de consumo sociocultural.

Memoria, patrimonio y sensibilidad: una lectura a contrapelo

“Mover” y “detener” parecieran ser dos modalidades de la acción que engloban una multiplicidad de prácticas (incluidas las del propio pensamiento), donde las dimensiones espacio-temporales emergen como hilos que sostienen una reflexión en torno a la propia experiencia de “ser” y “estar” en la vida social. En escenarios contemporáneos, la tensión entre ambas acciones se codifica fuertemente en términos de “valor” (Espoz y Vaccaro, 2017) y “velocidad” (Virilio, 2006)¹.

El “movimiento” surge como premisa de la experiencia humana que, si bien es parte de su devenir histórico y corporal, su planificación estratégica en marcos espaciales fijos, se trama más fuertemente con los procesos de urbanización resultante de la primera revolución industrial. Desde los Estados Modernos y su idea de ciudad-cerrada territorialmente y unificada experiencialmente como totalidad –*sensu* Simmel-, la regulación del orden de las piedras se convirtió estratégicamente en regulación de los flujos energéticos para la constitución del Mercado y del Estado (Foucault, 2006). Paralelamente ello implicó formas de aceleración del desplazamiento de las masas, para las cuales, se hizo necesaria la conformación de toda una serie de maquinarias/tecnologías de transporte orientadas a coagular la inercia conflictiva de la vida en las grandes urbes: un esquema político-policial tendiente a inmovilizar los flujos cambiantes de circulación.

En este sentido, el modo de producción capitalista y su continua metamorfosis, son el telón de fondo para la comprensión/interpretación de los posibles movimientos/desplazamientos (individuales y colectivos) como nodos de la acción o de la ataxia social, estructurados en torno a la fijación material de las prácticas (casas/edificios para la residencia, el trabajo, el ocio, lo administrativo-burocrático, las formas educativas, etc.) y la regulación de flujos de desplazamiento/circulación (calles, avenidas, rutas –terrestres, marítimas y aéreas-, redes telefónicas,

¹ Para Virilio la esencia de la velocidad es el poder: “[p]oder y velocidad son inseparables al igual que riqueza y velocidad son inseparables... Poder es siempre poder de controlar un territorio con mensajes, modos de transporte y comunicación. (...). Un acercamiento a la política es imposible sin un acercamiento a la economía de la velocidad” (1997, p.15).

digitales, modos de transporte, etc.). Del “embellecimiento estratégico” que describía Benjamín en el París de Haussman al “urbanismo” como ciencia de Estado que denunciaba Debord en la década del 60’ del siglo pasado, la planificación estratégica del espacio en relación a la movilidad de los cuerpos y las mercancías (cuyos límites hoy deberíamos discutir) es el vector que dinamiza la ciudad, como modelo de una economía donde la regulación del valor y la velocidad son los marcos de acción, interacción y reacción. La circulación aparece así como proliferación estratégica de flujo de mercancías, personas, ideas: los procesos de mediatización y mercantilización de la experiencia en los escenarios urbanos contemporáneos expresan, en esta dirección, un aceleramiento en las producciones, consumos e intercambios materiales y simbólicos cuya materialidad es captada por el discurso del “desarrollo turístico” como lugar privilegiado. Ello nos lleva a preguntarnos, cómo en este contexto, “nos encontramos compartiendo” un espacio-tiempo como punto de anclaje de las prácticas sociales.

Ya en los manuscritos de 1844, Marx exponía la particular relación existente entre las formas de territorialización de la acción y el carácter acumulativo del capital en tanto relación formal de finalidad “extractiva” vinculada, en principio, al carácter del trabajo humano (explicación de la acumulación originaria). Esta idea se instaura en la Economía Política como el argumento de “un origen” que va a regir las relaciones entre “espacio”, “tiempo” y “cuerpos” al menos desde el siglo XIX a esta parte, y donde las leyes económicas operan mágicamente y son el designio de la desigualdad estructural como condición de posibilidad del nacimiento de un mercado de intercambio autónomo (y soberano del desarrollo del valor). El desanclaje espacio-temporal se basa, a grandes rasgos y en relación a los cuerpos, en el carácter fijo de la vivencia del capital en términos individuales (regida por la idea de propiedad privada y avalada por el derecho positivo de igualdad ante el mercado) y su carácter móvil como expresividad de los flujos regidos por la fetichización de los intercambios que se materializan experiencialmente, en ese equivalente universal que es la mercancía que hoy se extiende y se acelera en el

espacio y el tiempo. El trabajo humano en ese sentido, aparece como el locus que permite establecer un marco de comprensión entre y en tensión con las formas de vivenciar las coordenadas espacio-temporales de la vida urbana-rural, a partir de las relaciones sociales establecidas por la lógica del capital: el trabajo-producción y el trabajo-consumo emergen como el secreto reprimido de su posibilidad. Entonces: ¿Cuáles son los espacios-tiempos que habitamos sin producir algún tipo de mercancía (forma valor)? ¿Acaso el consumo en contextos mediatizados y espectaculares como los nuestros escapa a nuevas lógicas de producción de algún tipo de valor intercambiable? ¿Qué experiencias aparecen como posibles por fuera de dicha forma mercantil?²

En otro trabajo (Espoz, 2016) expusimos de qué manera el turismo aparece como política de comunicación estatal que condensa una estructura argumentativa en torno al desarrollo de las economías regionales pero que, a la vez, implica una forma de regular las interacciones entre los cuerpos-espacios-afectividades, proponiendo nuevas formas de experiencia social ordenados en entornos/circuitos protegidos. Esta redefinición de los alcances y límites de la noción de territorialidad-desterritorializada impacta directamente en el tema que nos atañe. En ese sentido, entendemos que el patrimonio y el turismo – comprendidos desde una mirada estructural- se configuran en políticas que regulan la sensibilidad social ubicando los cuerpos en el territorio y obligándolos a lógicas de interacción estructuradas en y por el consumo. El “tiempo de ocio” –ese supuesto tiempo otro de la producción- aparece cada vez más codificado en prácticas pensadas como servicios y en el

² Pensamos aquí varias cuestiones que por espacio no podremos desarrollar en su totalidad: por un lado, las modalidades de espectacularización de la intimidad (Debord, 1995; Sibilia, 2008) nos señalan que en el consumo emergen nuevas modalidades de producción vinculadas a la subjetividad configurada en tanto mercancía intercambiable; por el otro, la experiencia emerge como encuadre de múltiples prácticas que reorientan las estrategias del mercado de producción y consumo. En agosto del 2018 el diario de mayor tirada en la Provincia de Córdoba anunciaba que en un shopping de la ciudad ya se vendían experiencias (La Voz del Interior, 27/08/18).

marco de una estructura regulada por consumos culturales vueltos mercancía. Los procesos de patrimonialización (Boito y Espoz, 2016) en esta dirección dinamizan elementos que conforman el campo territorializado de la cultura vuelta circuitos de circulación y consumos, de más a menos masivos, y sostenidos por un tipo de experiencia que implica más velocidad de desplazamiento que de detenimiento: la turística. “Los paquetes de experiencia” acondicionados (Debord, 1967; 1995) se adaptan cada vez más a perfiles de públicos según gustos y condiciones materiales de accesibilidad.

Lo que venimos identificando en investigaciones anteriores es que para el caso de la capital de Córdoba, dos modos definen de alguna manera la fijeza y movilidad de los cuerpos en escenarios urbanos, nutriendo con ello la conformación de una particular dinámica de las interacciones sociales: la fijación residencial por clase (que encuadra fuertes procesos de socio-segregación) y los circuitos de circulación pensados para el disfrute de la ciudad que se proponen a partir de ese origen desde la vivencia patrimonial y la experiencia turística. Con los Festejos de los Bicentenarios de la Patria se incrementaron –tanto en la argumentación pública como en la privada- las intervenciones urbanísticas orientadas a recuperar o poner el valor el patrimonio urbano, así como también la creación de obras con “futuro valor patrimonial” (Espoz y del Campo, 2018). Las formas que adquirieron en general las mismas se rigieron por la espectacularización del acontecimiento inaugural y su articulación directa con los circuitos turísticos preexistentes.

En esa dirección, pensar el pasado no es una entidad presemiótica (*sensu* Peirce): indagar la configuración de sentidos de lo real en relación al funcionamiento social en una sociedad y tiempo determinado, tiene como correlato la semiosis presente en la que determinada materialidad cobra valor. Si como afirma el pensador anglosajón, no hay conocimiento que no sea conocimiento del pasado ¿en qué sentido los estudios de la memoria o el patrimonio encuentran ese “objeto perdido” que lo constituye en real? ¿Cómo emerge lo común de una sociedad en

contextos cada vez más socio-segregados por clase y organizados en torno a la construcción de entornos protegidos? ¿Qué formas de detenimiento posibilitan una experiencia común –no mediática- cuando el *dictum* social es desplazarnos a más y mayor velocidad?

Por ello afirmamos que el patrimonio, hoy, aparece como ideologema de la(s) memoria(s) activadas en el presente preponderantemente por el Estado y el Mercado. Seguimos aquí la definición de ideologema de Cros (2009):

“Yo definiría el ideologema como un microsistema semióticoideológico subyacente a una unidad funcional y significativa del discurso. Esta última se impone, en un momento dado, en el discurso social, donde presenta una recurrencia superior a la de los otros signos. El microsistema así planteado se organiza alrededor de dominantes semánticas y de un conjunto de valores que fluctúan a merced de las circunstancias históricas” (p. 215).

Evocaciones: la imagen estetizada del humor cordobés

Como parte del movimiento de valorización histórica que se viene produciendo en Córdoba, la recuperación del patrimonio material se fue ampliando hacia la categoría de patrimonio inmaterial. Así, la denominación de “patrimonio urbano” inicialmente adoptada por la Municipalidad de Córdoba, que se centraba en la preservación del patrimonio arquitectónico, fue reemplazada por la de “patrimonio de la Ciudad” enfocada en la configuración identitaria de la capital cordobesa. Acorde a este cambio, se fueron instrumentando una serie de mecanismos legislativos enfocados en la conformación de una “Córdoba colonial” a tono con una “Córdoba del presente y el futuro”. Uno de ellos fue la creación de la Ordenanza Municipal N° 12241, promulgada en el año 2013, destinada a regular el “Patrimonio Cultural Intangible e Inmaterial de la Ciudad” y que fija el alcance de las declaraciones

llamadas de Interés Municipal. Por su parte, el Estado provincial intervino unos años antes, mediante la sanción de la Ley Provincial N° 9729, sobre el Patrimonio Cultural Intangible e Inmaterial de la Provincia de Córdoba (2009)³.

En ese marco jurídico, en mayo de 2017 se declaró al "humor cordobés" como parte del patrimonio cultural intangible e inmaterial de la Provincia de Córdoba. La definición que allí se expresa lo demarca como:

“(…) los relatos hablados, escritos o cantados, las actuaciones, filmaciones, caricaturas, imágenes, canciones, chistes, retruécanos, juegos de palabras y toda otra exteriorización que de manera graciosa, irónica o paródica y en forma sana, no discriminatoria, ni ofensiva, ni sexista sean compuestos y expresados con el propósito de provocar risa y alegría, especialmente cuando en los mismos se haga referencia o se resalte la tonada cordobesa, paisajes, costumbres, cultura, personajes e historias de la Provincia de Córdoba o sus regiones”⁴ (Ley Provincial N° 10.460, 2017).

Vemos entonces cómo las políticas de Estado se van orientando hacia la recreación de escenarios y narrativas estructurados sobre la idea de “autoctonía”, como tipos de expresiones particulares vinculadas a un territorio e identidad, que operan como catalizadores de una memoria cordobesa común. A su vez, la inclusión del humor cordobés como componente obligatorio en programas de promoción y difusión

³ La ley reconoce como Patrimonio Cultural Intangible e Inmaterial de la Provincia a “las actividades, expresiones, usos, costumbres, conocimientos, espacios culturales, etc., que se desarrollen en el territorio provincial y caractericen el sentir Nacional y de los Cordobeses”, enmarcándose en los términos previstos en la “Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural del Patrimonio Cultural Inmaterial” realizada por UNESCO en el año 2003, a la que cita textualmente

⁴ Este proyecto de Ley fue presentado por el vicegobernador Martín Llaryora en la XI edición del Festival Pensar con Humor de ese mismo año.

turística -según explicita el artículo 4° de la Ley- otorga materialidad a su intangibilidad al integrarlo al conjunto de itinerarios que ordenan y regulan los circuitos de la ciudad en función de sus atractivos turísticos. En este contexto, el “Festival Pensar con Humor” (organizado por la Agencia Córdoba Cultura de la Provincia y con la participación del Consejo Federal de Inversiones) nos permite identificar algunos elementos para comprender cómo media la memoria, al conectar la vivencia patrimonial y la experiencia turística.

El “festival que dá risa”, tal como lo presenta la Agencia Córdoba Turismo en su página web, está compuesto por una multiplicidad de actividades –presentaciones, concursos y antologías- que reúnen a cuentistas, imitadores y *standapers*, así como a representantes de la actuación y la música. En el año 2016, como parte de esta celebración, se relanzó el sitio web de la reconocida revista de humor e historieta Hortensia⁵; y ya en 2018 el evento se amplió a distintos espacios de la ciudad de Córdoba (teatros, centros culturales y vecinales, escuelas y cárceles) y a numerosas localidades de la Provincia. También se realizó la entrega del premio de un concurso literario internacional y la presentación del libro Antología del Humor 3, como parte de las acciones rumbo al Congreso Internacional de la Lengua Española que se realizó en marzo de 2019.

Durante la última edición del festival, difundido por numerosos medios gráficos y televisivos, pudimos tomar nota de las palabras

⁵ La revista combinaba secciones de humor gráfico y textual, caracterizada por un formato y una configuración estética particular. Fue fundada por Alberto Cognini y publicada entre los años 1971 y 1989. Se presentaba como una revista de “humor cordobés” que trascendió las fronteras de la provincia y cobró relevancia a nivel nacional a partir de la caracterización y la voz del sujeto popular cordobés. Su periodo de actividad atravesó dos dictaduras militares en la que fue allanada e incinerada toda una edición. El cierre de la revista se produjo en el marco del proceso de hiperinflación que atravesó Argentina a principio de la década del ochenta. La colección de la revista permaneció en la Biblioteca Provincial Córdoba hasta que los ejemplares fueron extraviados. El sitio web inaugurado en 2016 incluyó la digitalización de la publicación original (números 1 a 150) e incorporó a autores contemporáneos del humor gráfico, así como piezas de humor en formato de texto y de audios.

expresadas por la presidenta de la Agencia Córdoba Cultura resaltando “la importancia del humor y la risa para enfocar la vida de otra manera”. En ese mismo marco, el video de apertura del festival mostraba a una mujer con tonada española caricaturizada como bailarina flamenca recorriendo diferentes escenarios del festival. La bailadora invitaba al Congreso de la Lengua Española, mientras que en la escena siguiente un funcionario de la cultura señalaba cómo “el humor cordobés ha creado su propio diccionario respetando el diccionario de la Real Academia” (Gobierno de Córdoba, 2018).⁶

El humor emerge como cristalización de un proceso social idiosincrático de lo cordobés, imagen estetizada que condensa la tradición oral cordobesa, la impronta de la Universidad y el humor como vía de inserción de Córdoba en el mercado global (Ver imagen 1). Este espacio, que se propone como gesto conmemorativo y de encuentro entre cordobeses, delinea gramáticas sensoriales, afectivas y cognitivas para la circulación urbana que dicen más de Córdoba como destino turístico y sus propuestas de consumo cultural, que de los lazos que articulan las interacciones, memorias –y olvidos- de sus habitantes.



Imagen 1 - Fuente: La Voz del Interior

⁶ A lo que agregó: “[e]ste festival tiene que ser una lluvia de pedazos de felicidad, de momentos de alegría para todos los cordobeses y argentinos”. Luego, hizo una descripción del paisaje festivo resaltando a los cómicos “sentados como parroquianos” a los que “les faltaba el *fernet*”.

Como uno de los argumentos centrales del patrimonio cultural cordobés, el humor conlleva como requerimiento su adaptación a los cánones de “lo aceptable”. En consecuencia, aquello que “da risa” queda sujeto a unos criterios que funcionan como delimitación de lo que es y no es deseable de ser incluido bajo esa denominación. De esta manera, opera la regulación de una práctica social mediante el ocultamiento de tensiones y conflictividades inherentes al proceso de objetualización y estetización de expresiones tradicionales. En este contexto, las condiciones de comunicabilidad del humor se ajustan a un conjunto de decisiones políticas que definen de qué, cómo y con quiénes ríen los cordobeses, lo que encuentra su correlato mediático en el repudio hacia algunos humoristas debido sus expresiones desactualizadas e inaugura, con la patrimonialización, un nuevo estatuto de una práctica que configuró el valor del humor como patrimonio que remite a la identidad cordobesa. Un ejemplo de ello se expresa en el periódico La Voz del Interior (23 de enero de 2018) aludiendo al carácter misógino y machista de una reconocida figura del humor: “Para los que lo conocen a [el Negro] Álvarez saben que esto no es novedad, pero en este caso quedó muy en evidencia, sobre todo teniendo en cuenta que el festival tiene millones de espectadores alrededor del mundo a través de la televisión y ahora también vía web”. Ya no se trata del “ritual de la risa” en el marco de un encuentro con el humorista, sino de un espectador imaginario (extranjero) para el cual deben adecuarse (traducirse, y, por ende, tamizarse) las formas y el contenido del humor cordobés. Así, el corset de definiciones y calificativos que contiene al humor cordobés patrimonializado deja de lado la materialización de los chistes que, como potencia política, se expresan en lo risible y operan como “trabas” (Cena, Gandía, Díaz Llorente, Magallanes y Peano, 2010, p. 199) a los mecanismos de regulación de las sensibilidades.

Sigmund Freud, en 1905, observaba la significatividad del “chiste” como proceso social al diferenciarlo del humor y lo cómico. Para Freud, aquel consistía en una formación del inconsciente en que la liberación de energía puesta al servicio de la represión no se realiza en la

formulación de este “juicio que juega”, sino en la decisión del otro respecto al cumplimiento de esta función. En otras palabras, el plus de placer, el alivio para el aparato psíquico, se consigue en el acto de comunicación (en la risa del otro; no en su objeto, ni en sí mismo). De manera inversa, el humor posicionado por el Estado y el Mercado como uno de los bienes seleccionados del sistema espectacular (*sensu* Debord) desde el cual se nutre la definición actual de patrimonio, se torna escenario del que los espectadores participan y obtienen placer “sin parte alguna en la trama” (Freud, 1927/1991, p. 47). Por consiguiente, en tanto consumo cultural y atractivo turístico hace posible el triunfo del “yo humorístico” –vuelto imagen- sobre los influjos de la realidad y el mundo exterior, ya no como formación rebelde del yo, sino como representación dispuesta para ser contemplada –por vecinos y forasteros-.

Si continuamos con el rastreo de elementos que apelan a la tradición y la cultura popular en la composición de gramáticas rememorativas de la construcción de lo cordobés –y, por ende, de su memoria-, es posible observar la articulación de prácticas de consumo sociocultural que recrean espacios, actividades y relaciones “comunitarias” con lo humorístico, y cómo éstas van reconfigurando las condiciones de cognoscibilidad y los modos de recorrer la ciudad. Observemos para ello otro evento masivo asociado al componente humorístico: el Festival Mundial del Humor y el Choripán, organizado por la Municipalidad de Córdoba. Se trata de tres tardes-noche dedicadas a homenajear un plato particular con ingredientes y forma de preparación específicos: chorizo a la parrilla y pan. El encuentro se realiza en el tradicional Parque Sarmiento⁷, espacio verde próximo al centro de la

⁷ No podemos extendernos aquí, pero se trata de un espacio que se caracterizó por muchas décadas por ser de uso y consumo de los sectores populares de la ciudad. Desde el 2010 se presenta como una de las zonas más intervenidas tanto por el Estado provincial como municipal en materia de urbanizaciones orientadas a poner en valor la historia local, o cierta interpretación de la misma: se reinaugura una plaza bajo el nombre de Plaza del Bicentenario; se construye una plazoleta para el monumento de Juan Bautista Bustos (primer gobernador constitucional de Córdoba); se intervino sobre la casa Caraffa, el

ciudad, y se despliega como propuesta de comer ‘en familia’, de pie frente al puesto de venta, a precios accesibles. A partir del año 2017, este evento se presentó como el “Festival *Mundial* del Humor y el Choripán Cordobés” (Las cursivas son nuestras). Es decir, al evento gastronómico se agregó un espacio destinado a la exposición de humor gráfico, a la vez que se presentaron humoristas del programa cultural municipal “Tu Barrio en Escena”, se realizaron talleres y un certamen de humor e improvisación que apuntaló el perfil potencial de consumidores.⁸ De esta manera, el humor y la gastronomía se conjugan como pareja protagónica en una “fiesta popular” destinada a “vecinos y turistas” (Municipalidad de Córdoba, 23 de febrero de 2018) que pretende trascender los tradicionales espacios institucionales de la cultura y llegar a un público más amplio y diverso (Municipalidad de Córdoba, s/f).⁹ Podríamos preguntarnos acerca de qué es lo que se actualiza del humor y de la gastronomía cordobesa como bien patrimonial para la ciudadanía, cuando lo que emerge como ‘lo común’ desde la política estatal-privada se segmenta como experiencia de consumo para todos por igual.

La gastronomía, por su parte, en su dimensión patrimonial –y teniendo en consideración el lugar predominante que ha tenido en la discursividad política de la última década en nuestro país (Espoz y del Campo, 2018)-, admite una multiplicidad de imbricaciones con el turismo como lógica que organiza cada vez con mayor fuerza las maneras de “estar juntos del comer”: museos y centros de interpretación, parques y rutas culturales, ferias y mercados de productos artesanales y/o de la tierra o combinaciones de ellos son sólo algunos de esos nuevos encuadres de las culturas alimentarias patrimonializadas/bles. En esa

palacio Ferreyra y Dionisi, hoy vueltos museos; entre otros. Se ‘revaloriza’ una zona considerada ‘degradada’ en el marco de los festejos realizados entre los Bicentenarios.

⁸ Según datos oficiales concurren más de 40.000 personas (Municipalidad de Córdoba, s/f).

⁹ Continúa: “que desacraliza la idea legítima de los espacios institucionales de la cultura (la solemnidad del museo), acercando a un público amplio y diverso a través de una propuesta popular, lúdica y participativa”.

selección que supone lo patrimonial queda representado simbólicamente un colectivo que se ve, por un lado, idéntico a sí mismo, y por otro diferenciable de otros (Espeitx, 2004). Como parte de este proceso de recuperación de prácticas y saberes culinarios, el choripán se reinserta en el circuito de la 'cultura y la identidad cordobesa' como evocación de las memorias del comer de los sectores populares a la vez que como entretenimiento en un entorno protegido y gournertizado (hoy encontramos choripán en diferentes versiones y con firma de autor). Ello requiere de su recontextualización adoptando versiones que lo tornen compatible con los procesos de restauración y turismo vigentes y permitan su inscripción en el circuito mercantil local/global¹⁰. Como una muestra de ello, en el festival participan, además de los clásicos carritos como espacio-tiempo que encuadra la práctica del comer, una gama de restaurantes que ofrecen diferentes versiones del "chori" (clásico, gourmet, vegetariano, molecular, para celíacos), así como adaptaciones por representantes de otras ciudades cordobesas y países como Cuba, Polonia, Croacia, México y países árabes.

En esta dirección, lo común como parte del escenario de la cultura mediatizada se presenta a partir de la reactualización/activación de memorias que traen al presente los valores típicos cordobeses mediante el humor local y el comer popular. La memoria de "sabores y saberes locales" se vuelve visible desde los discursos y acciones del Estado¹¹, y

¹⁰ En la ciudad de Córdoba se han venido configurando polos e itinerarios gastronómicos propuestos por el Estado cordobés y el mercado, cuyos argumentos para la configuración de estas "áreas" son valores estéticos, históricos y culturales que las atraviesan y que se encuentran disponibles en la pestaña "Turismo" de la Municipalidad de Córdoba (Municipalidad de Córdoba, s/f).

¹¹ En consonancia con lo explicitado al inicio de este trabajo, la conmemoración por los doscientos años de la independencia se instaló como un acontecimiento cultural de mucha significación impulsado por el gobierno nacional. En esta apelación al lenguaje del arte y la cultura, la comida como expresión identitaria de diferentes regiones del país emerge narrando tradiciones, historias y realidades plurales, cuya expresión más visible fue el evento Cocinas del Bicentenario. Estos sentidos sobre el comer y la/s cocina/s vinculados a lo local fueron visibilizados en Córdoba por el diario La voz del interior. El periódico promocionaba bajo el título "Bicentenario, de tradición y vanguardia" la iniciativa de varios restaurantes de cocina gourmet, observando que los platos argentinos se pueden disfrutar

su relación con el mercado, como “idiosincrasia” cordobesa dispuesta ‘para todos’ –locales y turistas- a la vez “marca” o “imagen” de ciudad.

A modo de reflexiones finales

La finalidad de este trabajo ha sido indagar la emergencia de lo común en el escenario urbano cordobés, asumiendo que los actuales procesos de patrimonialización y turistificación se constituyen en políticas que regulan la sensibilidad social. En este sentido, encontramos que la memoria aparece como mediación para esta emergencia, configurando un tipo de encuadre que regula modos de interacción y comunicación en un tiempo- espacio precisos que implican fuertes procesos de traducción de lo popular como memoria colectiva.

Una mirada analítica sobre la declaración y puesta en escena del humor cordobés como patrimonio intangible, permite mirar cómo se activan selectivamente memorias vinculadas al pasado y la cultura popular cuya finalidad última parece ser la estructuración de consumos diferenciales dispuestos para locales –de otras clases- y turistas. Asimismo, en esta composición de “paquetes de experiencia” (Debord, 1967/1995) se articulan prácticas, conocimientos y afectos mercantilizados que se conjugan en la organización y regulación de circuitos de disfrute.

Las imágenes estetizadas de la cultura y la tradición cordobesas (la risa, la comida, la música) son el correlato de aquello que el Estado y el mercado actualizan como representaciones de un pasado común desprovisto de conflictos y vueltos imágenes ¿Qué se vuelve, entonces, lo común dispuesto desde dichas transformaciones del espacio y las prácticas? La dulce mercancía. En este proceso, se materializa lo inmaterial a partir de la emergencia de novedosas formas de la experiencia social que se mediatizan y ponen en venta por vía de una

de la manera clásica pero también con técnicas de la cocina moderna, inspirada por Ferrán Adrià, el prestigioso chef catalán (La Voz del Interior, 25 de mayo de 2010).

pluralidad de consumos culturales a la vez que se ordenan interacciones y recorridos que siguen implicando la regulación corporal como parte de la tradición: el pago por acceso para permanecer, las lógicas de policiamiento territorial y las dinámicas de regulación del encuentro aparecen como encuadres socio-ideológicos de las memorias que se activan en el presente cordobés. El patrimonio y el turismo, como ideologemas, van configurando los marcos interpretativos que nos permiten una comprensión de la complejidad actual de los dispositivos a partir de los cuales hoy se organizan los sentidos y valores que hacen posible emerger una supuesta “identidad y memoria” cordobesas, y que dan cuenta de elementos de relevancia de las actuales dinámicas del funcionamiento de la vida social.

Michel de Certeau, Dominique Julia y Jacques Revel (1999) se preguntan –al mismo tiempo que afirman- si existe la cultura popular por fuera del gesto que la suprime. Los autores advierten que este gesto de saber acompañado de un gesto de poder, en algún sentido produce una distancia con el objeto de tal manera que, metafóricamente, lo marca, lo define. Así, mediante la recuperación selectiva de ciertas memorias, Córdoba es nombrada “Capital (Mundial) del humor” pero en esa acción no se encuentra al sujeto popular cordobés, sino su representación, su condensación en una imagen pulcra y desprovistas de conflictos ya que solo así, puede operar sobre un común indefinido, ese común que interpela sólo a las dinámicas actuales del capital. De qué reímos los cordobeses se vuelve argumento estratégico de la comunicación política para el desarrollo del patrimonio y el turismo en que el plus de placer muta a plusvalía simbólica y económica: el inconsciente es reprimido y la función social del chiste cercenada porque de esa manera la idiosincrasia local puede configurarse en una mercancía-experiencia acorde a las dinámicas políticamente correctas de la discursividad capitalista. Como parte de la misma trama, la festividad gastronómica que invita a rememorar el “sentir cordobés popular” al degustar un choripán, olvida la(s) historia(s) de un pasado y un presente sin comida que trazan los cuerpos de los sectores marginales que habitan en

Córdoba, cada vez más expulsados no solo del territorio, sino de sus propias historias y memorias.

Bibliografía

Angenot, M. (1989) “El discurso social: problemática de conjunto”, en *Un état du discours social*, Montreal: Preamble.

Bajtín, M. (1992) *Estética de la creación verbal*. Argentina: Siglo XXI. (Versión Original 1979).

Bermúdez, N. (2015) “La construcción kirchnerista de la memoria”. *Linguagem em(Dis) curso*, 15 (2), 229 – 247. Recuperado de: <http://www.scielo.br/pdf/ld/v15n2/1518-7632-ld-15-02-00229.pdf>

Benjamin, W. (1972) *Iluminaciones I*. España: Taurus.

Boito, M. E. y Espoz, M. B. (En prensa) “Disputas sobre “lo común”: políticas de patrimonio, conflictos y haceres colectivos”. En Echevarría, C. y Abatedaga, N. (Comps), *Lo común en la construcción de ciudad*. Córdoba: CONICET y Universidad Nacional de Córdoba.

Cena, R.; Gandia, C.; Díaz Llorente, F.; Magallanes, G. y Peano, A. (2010) “El humor en tiempos de crisis. Acerca de su placer, disfrute y goce”. En Scribano, A. y Boito E. (Comps.), *El purgatorio que no fue. Acciones profanas entre la esperanza y la soportabilidad* (pp.199 – 218). 1ª ed. Buenos Aires: Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad – CICCUS.

Cros, E. (2009) *La sociocrítica*. Madrid: Arco Libros.

Debord, G. (1995) *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca. (Versión Original 1967).

De Certeau, M.; Julia, D. y Revel, J. (1999) “La belleza del muerto”. En Michel de Certeau, *La cultura en plural* (pp. 47 – 70). 1ª ed. – 1ª reimp. Buenos Aires: Nueva Visión.

Delgadillo, V. (2015) “Patrimonio urbano, turismo y gentrificación”. En Víctor Díaz Iván Delgadillo y Luis Salinas (Coords), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y Latinoamérica* (pp. 43-68). Serie Libros de investigación. México: CONTESTED_CITIES, UNAM.

Espoz, M. B. (2016) “Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural”, *Chasqui. Revista Latinoamericana de*

Comunicación, (133), 317 – 334. Recuperado de:
<http://hdl.handle.net/11086/>

_____ (2013) *Los pobres diablos en la ciudad colonial. Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de sociosegregación*, Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. 457 pág.

Espoz, M. B. y Vaccaro, N. (2017) La cuestión del valor en las disputas urbanas: la patrimonialización como dinámica productiva. XXXI CONGRESO de la Asociación Latinoamericana de Sociología- ALAS, Montevideo, 3 - 8 diciembre.

Espoz, M. B. y Del Campo, M. L. (2018) “Estrategias de comunicación política: sentidos del patrimonio y el turismo en Córdoba (2010 - 2018)”, *Question*, 1 (60), e103. Recuperado de:
<https://doi.org/10.24215/16696581e103>

Espeitx, E. (2004) “Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular”, *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 193 – 213. Recuperado de:
<http://mail.pasosonline.org/Publicados/2204/PS040204.pdf>

Foucault, M. (2006) *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Freud, S. (1991) “El chiste y su relación con lo inconsciente”. En Sigmund Freud, *Obras Completas* (25 tomos). Segunda reimpresión. Buenos Aires: Amorrortu Editores. (Versión Original 1905).

_____ “El humor”. En Sigmund Freud, *Obras Completas* (25 tomos). Segunda reimpresión. Buenos Aires: Amorrortu Editores. (Versión Original 1927).

Marx, K. (1991) *Manuscritos: economía y filosofía*. Madrid: Alianza Editorial. (Versión Original 1844).

Peirce, C. S (1988) *Un hombre un signo (El pragmatismo de Peirce)*. España: Editorial Crítica/Grupo Grijalbo.

Sibilia, P. (2008) *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.

Simmel, G. (2009) *Roma, Florencia, Venecia*. Madrid: Gedisa.

Virilio, P. (1997) *El cibermundo. La política de lo peor*. Madrid: Cátedra.

Fuentes

Ley N° 9729. Legislación Provincial de Córdoba, 20 de enero de 2010. Recuperado de

<http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/85a69a561f9ea43d03257234006a8594/c6579b128ecccad003257c2b0053abc7?OpenDocument>

Bicentenario, de tradición y vanguardia. (25 de mayo de 2010). *La Voz del Interior*. Recuperado de

<https://vos.lavoz.com.ar/content/bicentenario-de-tradicion-y-vanguardia-0>

Ordenanza N° 12241. Digesto Municipalidad de Córdoba, 7 de noviembre de 2013. Recuperado de

<http://www.concejaldomina.com.ar/files/pdf/ordenanzas/Ord-12241.pdf>

Con mucho chimi y humor cordobés: así será el cuarto Mundial del Choripán. (3 de marzo de 2017). *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://vos.lavoz.com.ar/comer-y-beber/con-mucho-chimi-y-humor-cordobes-asi-sera-el-cuarto-mundial-del-choripan>

Ley N° 10460. Legislación Provincial de Córdoba, 12 de julio de 2017. Recuperado de

<http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/85a69a561f9ea43d03257234006a8594/fb2aa0b6241c677d0325815c0052b7f1?OpenDocument>

Polémica y repudio por la actuación del Negro Álvarez en Cosquín 2018. (23 de enero de 2018). *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://vos.lavoz.com.ar/mira/polemica-y-repudio-por-la-actuacion-del-negro-alvarez-en-cosquin-2018>

Municipalidad de Córdoba. (23 de febrero de 2018). ¡Cuenta regresiva para el Festival Mundial del Humor y el Choripán Cordobés en el Parque Sarmiento! Portal Institucional de la Municipalidad de Córdoba. Recuperado de <https://www.cordoba.gob.ar/2018/02/23/cuenta-regresiva-festival-mundial-del-humor-choripan-cordobes-parque-sarmiento/>

Gobierno de Córdoba. (30 de mayo de 2018). Hoy se lanzó la nueva edición del Festival Pensar con Humor [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YTqmdGRMji0>

Córdoba Turismo. (6 de junio de 2018). Se abre paso el festival “Pensar con humor”. Recuperado de <http://www.cordobaturismo.gov.ar/se-abre-paso-el-festival-pensar-con-humor/>

En un shopping de Córdoba se venden experiencias: \$ 1500 ticket promedio. (27 de agosto de 2018). *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://www.lavoz.com.ar/negocios/en-un-shopping-de-cordoba-se-venden-experiencias-1500-ticket-promedio>

Municipalidad de Córdoba. (s/f). Después de esta 3ª edición, el año próximo tendremos un festival mundial del choripán y el humor cordobés. Agenda Cultural de la Municipalidad de Córdoba. Recuperado de <http://cultura.cordoba.gov.ar/2016/03/despues-de-esta-3a-edicion-el-ano-proximo-tendremos-un-festival-mundial-del-choripan-y-el-humor-cordobes/>

Municipalidad de Córdoba. (s/f). Gastronomía. Turismo. Recuperado de <https://turismo.cordoba.gob.ar/que-hacer/sitiosdeinteres/gastronomia/>