

EL IMAGINARIO: UNA MIRADA A TRAVÉS DE LA IMAGEN PÚBLICA

*Juliana Paula Pistola y Andrea María Álvarez
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)
julianapistola@gmail.com*

Resumen

En el presente artículo se aborda el estudio del imaginario urbano, entendiendo por este a la construcción colectiva que realizan los habitantes, a partir de la cual significan la ciudad en la cual habitan y conviven, conformando de este modo su dimensión simbólica. Este es reconstruido a partir del entrecruzamiento de miradas y lecturas de la ciudad por parte de los diversos actores.

El análisis se lleva a cabo en la ciudad de La Plata; esta selección se debe a su fuerte imagen de origen, la cual influye y perdura a través del tiempo. Para poder reconocer esta situación se desarrolló un análisis del diario local *El Día*, del portal web de la Municipalidad, y de las entrevistas que realizamos a los actores locales. ¿Quiénes construyen el imaginario?, ¿cómo lo construyen?, ¿desde dónde lo construyen? Son algunas de las preguntas que guían y estructuran nuestro trabajo.

Palabras clave: imaginario; ciudad imagen; publicidad.

1. Introducción

En la actualidad, lo visual y lo tecnológico se han convertido en elementos trascendentales para la comunicación y las manifestaciones cotidianas, permitiendo a través de ellas develar las textualidades urbanas. Los registros visuales como lo son la fotografía, la propaganda, la publicidad y la web, que toman como objeto la imagen de la ciudad, se constituyen en una fuente documental importante que nos permiten acceder a los testimonios de diferentes momentos históricos.

El alcance masivo de las imágenes es un factor significativo en la construcción del imaginario sobre la ciudad, entendiendo por este a las realidades sociales construidas por los propios habitantes, a sus modos de vivirlas y proponerlas (1). En las ciudades, estos sistemas de representaciones colectivas están constituidos por símbolos, mitos, leyendas, imágenes, relatos y discursos que las identifican.

En el presente trabajo exponemos los resultados obtenidos del proceso de investigación sobre el imaginario urbano platense, para lo cual realizamos un estudio del diario local *El Día* y la página web oficial de la Municipalidad. En este sentido, nos encontramos con una fuente dentro de otra fuente, esto significa que las publicidades y las propagandas se encuentran insertas dentro de los periódicos y la página web, las cuales pueden ayudar a comprenderlo.

La propaganda, de la cual deriva la actual publicidad, intenta influir sobre los gustos, creencias y valores de los actores, es por ello que utiliza diferentes técnicas para captar el interés. El mensaje es presentado de forma clara y de simple lectura para que tenga llegada a un amplio público. Sin embargo, la lectura de la imagen requiere familiaridad cultural de lo que se está viendo, para poder entenderla e interpretarla. El receptor de la imagen logra captarla, porque posee ciertos conocimientos de su entorno, lo que le permite testear y hacer presunciones sobre esta (2).

El alcance masivo de la publicidad hace que se conforme un imaginario urbano que influye en la percepción y en la valoración del espacio, permitiéndonos detectar de esta manera las aspiraciones y deseos que los habitantes tienen sobre este, la cual convive con la lectura simbólica que poseen los

medios de comunicación. En este sentido, se puede decir que los ciudadanos, sujetos sociales, leen la ciudad como primer referente de su experiencia existencial, y a la vez, negocian sus percepciones y vivencias con las lecturas que vienen propuestas o impuestas por parte de los medios de difusión masiva. Se produce, así, una negociación, que puede ser compartida o puede generar un choque, entre las cosmovisiones producto de la experiencia subjetiva de los individuos y las versiones que los medios construyen sobre la experiencia urbana (3).

Estas dos miradas se retroalimentan mutuamente, es decir es a través de la intertextualidad que se construye en forma colectiva el imaginario urbano. Este posee la característica de ser dinámico, ya que es significado y resignificado por los actores según el contexto histórico y cultural en el cual se haya inmerso.

2. La Plata imaginada

La elección de la ciudad de La Plata para llevar a cabo nuestro análisis se debe a su fuerte imagen de origen, que llevaba implícita los conceptos de *modernidad* y *progreso* (4). Estas ideas se concretizan en la conjunción de dos elementos urbanos históricos: la cuadrícula y los lineamientos urbanísticos de la ciudad europea del siglo XIX. El primero simbolizaba la marca de la presencia del hombre sobre el territorio, induce la idea de orden y organización. Encerraba la idea de una utopía, posibilitando empezar desde la nada una nueva ciudad, una nueva república, un nuevo orden, constante en la cultura, en la política, en la arquitectura y en el urbanismo de América Latina (5).

El modelo de cuadrícula de fundación hispánica fue modernizado con los avances científicos y tecnológicos de la Ilustración, a los que se incorporaron los nuevos conceptos higienistas, donde la naturaleza introducida en la ciudad, cumplía un importante rol asociándose a la salud.

Según los principios del siglo XIX, la estructura espacial de dicha ciudad se organizó a partir de cuatro sistemas principales dispuestos sobre una cuadrícula básica, lo que nos permite verificar la posibilidad de adaptación de este modelo antes reseñado. El primer sistema lo constituye la traza urbana, que se conforma por diferentes vías de circulación jerarquizadas funcional y espacialmente; es decir, las calles, avenidas, diagonales y bulevares. Esta jerarquización determina la aparición de espacios verdes públicos, que se ubican en la intersección de las vías principales. Un segundo sistema queda determinado por la jerarquización de la arquitectura institucional, representada por los edificios públicos ubicados en el centro de las manzanas, y rodeado por un espacio verde. Un tercer sistema lo conforma la arquitectura de trama, que se resuelve dejando en el centro de las manzanas un espacio libre destinado al verde privado. Por último, el verde urbano que se superpone a los otros sistemas mencionados, constituyendo un "conector" de estos, queda materializado en las plazas, parques, en el entorno de los edificios públicos, en las vías de circulación, en el bulevar de circunvalación y en los corazones de manzana. Este último sistema cobra gran protagonismo en el paisaje de la ciudad desde sus orígenes, desempeñando diferentes roles en lo sanitario, en lo social, en lo político, en lo formal y en lo estético, propio del urbanismo racionalista de la Ilustración.

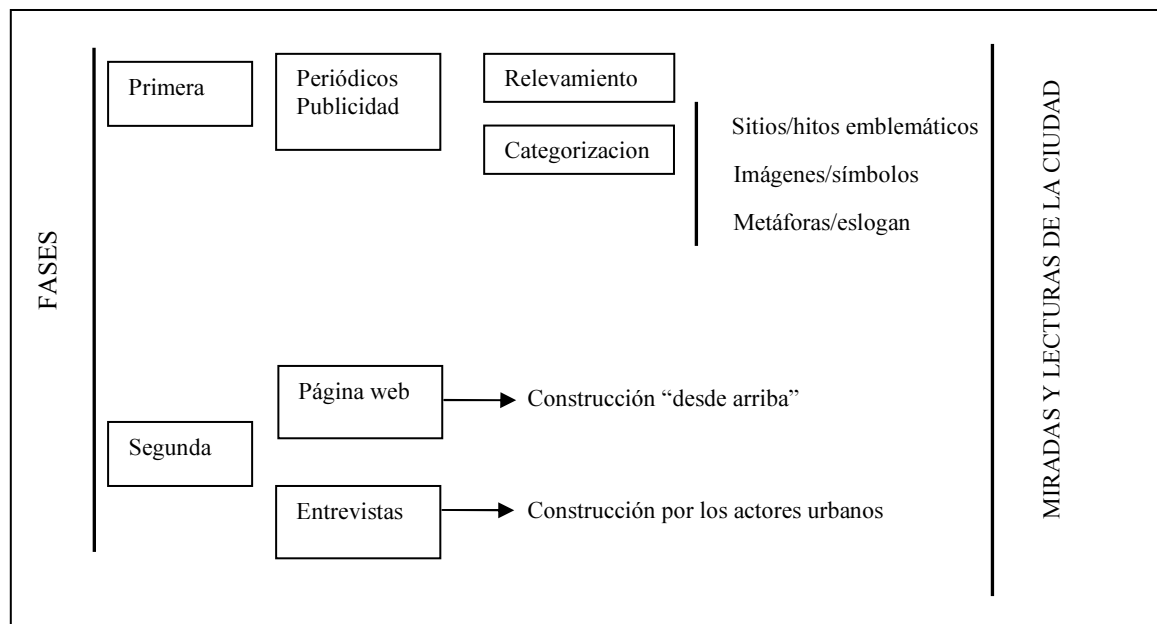
A partir de la década de los 40, comienza un proceso de transformaciones que va desdibujando aquella imagen fundacional. Esto se observa a través del crecimiento de la periferia de la ciudad sin

extensión del sistema original, la densificación del casco urbano, la subdivisión de los lotes y la modificación del perfil urbano con edificios en altura.

3. La Plata: hito / imagen / metáfora

En general, los estudios sobre imaginarios urbanos utilizan diferentes fuentes (literarias, visuales, históricas) y métodos de investigación (análisis del discurso, encuestas, entrevistas, mapas cognitivos, entre otras) para poder comprender desde esta complejidad la construcción simbólica y social que realizan los actores desde su subjetividad. Por ello el conjunto de figuras, imágenes y expresiones que conforman esa pluralidad de fuentes forman un material esencial para comprender las representaciones que se fundan a partir de la experiencia de vida y los lazos afectivos a una ciudad.

En este sentido, planificamos este estudio en dos fases. En la primera, llevamos a cabo un análisis de las publicidades del diario local que toman como objeto la imagen de la ciudad de La Plata. A partir de las conclusiones alcanzadas, en la segunda fase, procedimos al análisis de la imagen pública construida por la Municipalidad de La Plata y la mirada del habitante local urbano. Para ello se realizó, en el primero de los casos, un estudio del portal web oficial, como una propaganda instantánea de la urbe; y en el segundo caso entrevistas a los habitantes. De este modo, las diversas miradas e instancias de análisis se retroalimentan mutuamente construyendo en forma colectiva el imaginario urbano.



Esquema 1: Planificación de la investigación

Para realizar el análisis de las publicidades se llevó a cabo el relevamiento de un total de 300 imágenes públicas y privadas, ya sean en forma de dibujo o fotografía, que aparecieron en el diario *El Día* (6), en las ediciones del 19 de noviembre de cada año con motivo de la conmemoración del aniversario de la ciudad, entre 1940 y 2006.

Para el análisis del material registrado se definió un procesamiento teniendo en consideración el año, el origen (pública o privada), el tipo de imagen (dibujo o fotografía), la presencia o ausencia de texto alegórico, las dimensiones y la ubicación en las páginas del periódico.

Esta instancia nos permitió detectar continuidades y rupturas de elementos que nos posibilitaron categorizar las imágenes publicitarias en: *hitos/sitios emblemáticos*, *imágenes/símbolo* y *metáforas/eslogan* que las acompañan. La primera hace referencia a aquellos lugares o edificios que son representativos y de gran valor histórico para la ciudad. La segunda remite tanto a la forma urbana, como a los elementos y actividades representativas de esta, y por último, las metáforas/eslogan inducen al diálogo con la imagen.

Los *hitos/sitios emblemáticos* rastreados en las diferentes publicidades nos permitieron observar la repetición a través de las décadas de edificios identificadores y con alta carga simbólica para la ciudad de La Plata, resaltando su valor histórico, social, cultural y religioso. Dentro de esta categoría, los lugares y edificios que aparecen reiteradamente son la Municipalidad, la Catedral, la Plaza Moreno y el Museo de Ciencias Naturales. Los tres primeros se encuentran ubicados justamente en el centro geográfico del casco histórico de la ciudad, y en el caso del Museo está emplazado en el interior del Paseo del Bosque.

Debemos resaltar que las publicidades de los organismos públicos, es decir, del Gobierno Municipal y de la Provincia de Buenos Aires, a lo largo de las décadas van incorporando nuevos elementos, pero fundamentalmente rescatan la imagen de la Municipalidad con una fotografía de su frente.

En el caso de las publicidades privadas se nota una descontextualización de los *hitos/sitios emblemático*, debido a que se incluyen fotografías y dibujos de estos sin relación con lo publicitado, es decir, funciona como un elemento alegórico y de indicación de que *esto es La Plata*.

La categoría *imágenes-símbolos* nos sugiere que estamos hablando de una determinada ciudad por la simple presencia de símbolos identificadores y propios. Detectamos la repetición del trazado urbano tanto en su totalidad como en algunos de los elementos que remiten a él. Son ejemplos de ello la cuadrícula regular, el simple cruce de las diagonales, la presencia de los espacios verdes y del arbolado urbano. También aparecen representadas las actividades deportivas (hipismo, fútbol, entre otras), culturales (actividades artísticas) y educativas, las que aluden tanto a las actividades físicas propiamente dichas como a aquellos edificios emblemáticos que las albergan.

Otra *imagen/símbolo* que aparece con frecuencia, mayormente en las primeras tres décadas relevadas, es la figura de Dardo Rocha (7), que representa los ideales de la modernidad propios de la época histórica en la cual se estaba construyendo la Nación Argentina.

En este grupo al mismo tiempo incorporamos el dibujo de las hojas de tilo, en donde el árbol simboliza la marca del bien común (8).

A lo largo del relevamiento pudimos observar la recurrencia en los dibujos y fotografías del perfil de la morfología urbana, allí tenemos desde simples bosquejos en donde no se puede reconocer la ciudad que representan, hasta fotografías bien detalladas. Desde hace años, se ha mostrado a la ciudad a través de representaciones en donde lo que se observa es la demostración del crecimiento urbano, es decir, no se muestran simplemente los lugares reales, sino también aquellas reconstrucciones

imaginativas, en donde lo que se resalta es la ciudad monumentalizada, una ciudad asociada al progreso (9).

El trabajo con las *imágenes/símbolos* en las publicidades tiene momentos de mayor creatividad y abstracción en los años más próximos a la actualidad. Esto nos permite inferir y observar los avances en el diseño de la comunicación visual, pero también la idea de que hay una mayor comprensión por parte de la población de lo que se está comunicando. Es decir, “todos” construimos y compartimos la imagen mental del lugar al cual nos referimos a través de las *imágenes/símbolos* que incorporamos. Estas últimas son utilizadas fuertemente por las publicidades de establecimientos privados. Son manipuladas de diferentes formas, con gran uso de creatividad generalmente incorporando al centro de las publicidades el logo de la marca. Pero en el caso específico de la Municipalidad de la ciudad de La Plata, esta, a través del tiempo y de distintas gestiones, irá incorporando una imagen síntesis a todas sus publicaciones, el dibujo en cruz donde se produce el cruce de las diagonales constituyéndose, de este modo, en el *logo* del municipio. Como señalamos previamente, dicho edificio se ubica en el eje monumental y en el centro geográfico del casco histórico, resaltando la importancia simbólica de dicha representación. Sin embargo, debemos remarcar que este es, en general, un elemento más en la publicidad, debido a que la fotografía del edificio continúa presente a lo largo de los años.

Figura 1: Publicidad de la Municipalidad de La Plata. Año 1974

Figura 2: Publicidad de Banco Platense. Año 1995

Figura 3: REPSOL. Año 2004

Por último, las *metáforas/eslogan* en la mayoría de los casos se presentan acompañando una imagen fotográfica o dibujo, las cuales inducen una lectura de esta. En los primeros años sólo aparecen textos de corta extensión en adhesión a la conmemoración del aniversario de la ciudad. Dentro de esta categoría podemos hacer una subdivisión en tres tipos: el primero referente a los textos relacionados al modelo de ciudad en conjunción con los ideales del país; el segundo, la ciudad como proyección de un continuo crecimiento; y por último, a la forma urbana.

A continuación se presentan ejemplos de los tipos mencionados

Ciudad – país:

- “...esta ciudad... constituye una avanzada de cultura y progreso del gran pueblo argentino...”. (Gath & Chaves, 1947).
- “...ya emerge definida su silueta con destellos y caracteres propios en la marcha triunfal de la Gran Nación Argentina hacia los más altos destinos... Su pujanza se reafirma día tras día a través de vigorosas manifestaciones de su vida social, científica, artística, comercial e industrial como fuera deseo de su fundador...” (Frigorífico Armour, 1946).
- “...acorde con la tradición y el progreso de nuestra ciudad...” (Seguros La Platense, 1971).

Crecimiento de la ciudad:

- “...la visión del fundador se concreta en la pujanza de la ciudad de hoy...” (Crédito Hipotecario La Platense, 1976).

- “...hoy... como don Dardo Rocha nos imaginara... con el desarrollo actual y un promisorio futuro, resultante de la acción paciente y tesonera de nuestros hombres en un esfuerzo compartido por todos los habitantes de una ciudad... una ciudad que nuclea... seres asociados para un solo objetivo: la tarea de consolidar este presente, sin olvidar el pasado pensando en el futuro (HUAYQUI, 1982).
- “...a tono con el crecimiento de nuestra ciudad... va acompañada de una dinámica acorde al ritmo progresista del momento (Farmacia Manes, 1975).

Forma urbana:

- “...La Plata nació... como resultado de un proyecto bien elaborado. Por eso su ubicación, su diseño...” (Banco de Crédito Provincial, 1985).
- “...Las diagonales siempre se juntan...” (Volkswagen, 1982).
- “...Hoy más que nunca... en la ciudad de las diagonales... corte camino...” (MOTORPLAT, 1995).

4. Hitos / Imágenes / Metáforas en diálogo

La segunda fase, como explicamos previamente, se compuso de dos momentos. En el primero de ellos procedimos al análisis de la imagen pública construida por la Municipalidad de La Plata a partir de su portal web; y en el segundo, a través de entrevistas al actor local para interrelacionar la pluralidad de miradas.

4.1. Primer momento: www.laplatadigital.com

En general, los gobiernos municipales utilizan las tecnologías de información para mejorar la gestión administrativa y generar una interacción más fluida con la ciudadanía. En el cuadro 1 se presenta la estructura y organización de la página web de la ciudad de La Plata en el año 2009, en donde se observan los servicios ofrecidos por el municipio local.

Estructura de la Página	
Presentación (Home)	Novedades/Recordatorios
	Atractivos locales
	Estado del tiempo
	Links
	Eventos
	Organigrama municipal
	Ciudad (Información general)
	Fecha de actualización
Información Urbana	Mapa ciudad interactivo
	Mapas de barrios - información
	Mapa transporte interactivo - información

	Actividades productivas
	Estadísticas
	Circuitos turísticos
	Registro fotográfico
Relación ciudadano-municipio	Correo electrónico
	Teléfono
	Horario de atención
	Reclamos
	Bolsa de Trabajo
	Libro de visitas
	Encuestas
	Presupuesto participativo
Transacción	Pagos electrónicos
	Trámites
	Certificados de trámites-pagos

Cuadro 1: Estructura de la página web de la ciudad de La Plata, 2009

Fuente: elaboración propia

Esta primera lectura, con características de organigrama, y por lo tanto simplificada, permite observar que de manera solapada se vislumbra la imagen de ciudad construida desde el Poder público, es decir, desde “arriba”.

Esta presenta características dinámicas, debido a que en la actualidad se encuentra siendo redefinida por el Gobierno local; quien ha adoptado el portal con características visuales distintivas como medio de comunicación, contacto e información con el actor urbano platense.

Para comprender la imagen de ciudad construida desde el Poder público, aplicamos las categorías de análisis previamente definidas y su funcionamiento. Estas nos permitieron verificar las siguientes cuestiones:

La transformación en la organización de la página con respecto a la categoría *hitos/sitios emblemáticos*, debido a que en el 2009 esta ofrecía dos rutas de acceso, la primera (ruta 1) desde la *página principal (home)/turismo La Plata/ listado con link a cada uno de los edificio*. La segunda (ruta 2), nuevamente desde *la página principal/solapa ciudad/arquitectura y urbanismo/listado de cada edificio con su link respectivo* (Cuadro 2).

La ruta turística presentaba menor grado de profundización en la explicación de cada uno de los edificios, debido a su función de ofrecer los atractivos de la ciudad y la información de consultas de interés para los visitantes. En cambio, en la ruta de la arquitectura las explicaciones se referían concretamente a los proyectos arquitectónicos propiamente dichos y sus autores y presentaban un mayor número de fotografías ilustrativas.

Hitos/sitios emblemáticos

Edificios	Ruta 1: Turismo	Ruta 2: Arquitectura
Palacio Municipal		x
Legislatura		x
Casa de Gobierno		x
Pasaje Dardo Rocha	x	x
Museo de Ciencias Naturales	x	x
Observatorio Astronómico		x
Catedral	x	x
Estación de trenes		x
Teatro Argentino	x	x
Teatro Coliseo Podestá	x	x
Estadio Ciudad de La Plata	x	
Hipódromo	x	
Casa Curutchet	x	
Zoológico	x	
República de los niños	x	
Meridiano V	x	

Cuadro 2: Hitos/sitios emblemáticos según ruta seleccionada, 2009

Fuente: elaboración propia

En las dos rutas se perciben claras ausencias. En la ruta del turismo son el Bosque, el Observatorio de Ciencias Naturales, la estación de trenes, el Palacio Municipal, la Legislatura y la Casa de Gobierno; estos tres últimos que no aparecían, en su momento, por no contar con el servicio de visitas guiadas, ni la posibilidad de acceso a dichos espacios de interés. Mientras que en la ruta de la arquitectura es la casa Curutchet (representación de la arquitectura moderna en América Latina) y la estación Meridiano V (patrimonio histórico-urbano de la ciudad). Reforzándose en el espacio arquitectónico la imagen del siglo XIX y sus ideales.

Recientemente la página ha sido actualizada y se unificaron en una única ruta de acceso *página principal/la ciudad/edificios emblemáticos*, en coincidencia con nuestra categoría de análisis establecida con anterioridad a la renovación de la web. (10). De esta manera, aparece la totalidad del conjunto de edificios, sin exclusiones, omisiones ni diferencias descriptivas. Incluso en el caso del Palacio Municipal aparece la posibilidad del acceso a visitas guiadas.

En cuanto a la segunda categoría *imágenes/símbolos*, esta también fue producto de transformaciones. En el 2009 aparecían en su gran mayoría en las solapas de acceso a diferentes temáticas de la página principal del portal.

En estas se conjugan un alto nivel de abstracción con el uso del color. La primera se debe, por un lado, a la existencia de un mensaje compartido por los actores urbanos platenses; y por otro lado, a la familiaridad que estos tienen con los recursos de comunicación visual. En cuanto a la segunda se

observaba un predominio del uso de determinados colores como propios e identificadores del portal local.

La imagen recurrente era la traza urbana fundacional, destacándose en cada una de ellas algunos de sus elementos característicos. Entre ellos, la cuadrícula, la circunvalación y las diagonales. Encabezando la página principal, con menor grado de abstracción, se ubicaba la fotografía recortada del edificio municipal, donde sólo se apreciaba el reloj.

En esta instancia se pudo observar que se continuaba identificando a la ciudad de La Plata como el paradigma de la planificación urbanística, pese a que en la actualidad aquel cuadrado original se diluyó en una mancha urbana con límites difusos que no mantiene los elementos y lineamientos urbanos establecidos originariamente.

Una característica de la página, coincidente con el nuevo gobierno, es la utilización del color (naranja – verde). Estos han sido trasladados posteriormente al ámbito urbano, incorporándose en la señalética, mobiliario, vestimenta de los empleados públicos, transporte público y soportes de comunicación (cartelería de obras públicas, folletos publicitarios, entre otras). Se puede rastrear el comienzo de la utilización de estos colores en la campaña electoral del Intendente actual.

Es posible establecer una vinculación del predominio del color verde en la página web con la importancia de los espacios verdes en la ciudad. En cambio, es dificultoso en el caso del color naranja, dado que no remite a ningún elemento urbano.

En la actualidad, la renovación de la página afecta profundamente el grado de abstracción de la categoría *imágenes/símbolos*, pero se perciben algunos elementos constantes de carácter estructural, como son el logo, el escudo de la ciudad, los colores y los elementos simbólicos.

Figura 4: Logo municipal con abstracción de las diagonales principales. Página web oficial

Figura 5: Abstracción de las diagonales. Municipalidad de La Plata

Figura 6: Reloj municipal. Página web oficial

Por último, en cuanto a las *metáforas/eslogan* debemos resaltar el predominio de lo visual por sobre lo escrito, debido a la necesidad de fluidez en la comunicación. Sin embargo, debemos señalar la utilización del eslogan “La Plata, ciudad para todos”, presente en el nuevo logo municipal. Esto permite observar la búsqueda de la inclusión e integración de todos los actores urbanos.

El análisis del portal oficial a partir de las categorías establecidas posibilita observar la construcción de una imagen unificadora e identitaria de la ciudad, la cual remite a algunos de los elementos urbanísticos del siglo XIX resignificados y reactualizados desde la incorporación de un nuevo lenguaje visual. Esto permite percibir una estrecha vinculación entre la imagen de ciudad con la imagen del poder público actual.

En el presente, la búsqueda de una imagen urbana por parte del gobierno local cobra relevancia dado que esta actúa como vidriera de ciudad en relación con un contexto global, y como nucleadora de una identidad local.

4.2. Segundo momento: la mirada local

En nuestro caso para interrelacionar las fases de análisis recurrimos a la realización de entrevistas estructuradas, es decir, a partir de los aportes brindados por las imágenes publicitarias diseñamos y elaboramos el cuestionario base para comprender el imaginario platense, apelando en esta segunda instancia a la memoria y valoración de los propios actores urbanos, para –en definitiva– lograr confrontar y comparar las representaciones construidas desde un medio de comunicación y desde los propios habitantes.

El cuestionario está dividido en tres grandes bloques que involucran las categorizaciones previamente establecidas: *hitos/sitios emblemáticos*, *imágenes/símbolos*, *metáforas/eslogan*. Al mismo tiempo al interior de estas categorizaciones establecimos un listado de opciones múltiples. En la primera aparecen una serie de 20 edificios y lugares característicos, en la segunda 15 dibujos que hacen referencia a alguna característica o edificio de la ciudad, y por último, en la tercera un listado de 12 frases que describen alguna propiedad de La Plata. A partir de estos tres listados se solicitó a los entrevistados que señalaran jerárquicamente y en orden descendente del 1 al 5 aquellos elementos que consideraban más representativos de la ciudad.

Llevamos a cabo un total de 60 entrevistas. Este número nos garantiza una representación cualitativa de todos los cruces posibles de las variables poblacionales seleccionadas, que consideramos determinantes y con capacidad discriminantes de las valoraciones emitidas por los individuos. Estas variables son: sexo, edad y lugar de residencia.

Al mismo tiempo, realizamos un recorte tanto por edad como por lugar de residencia, de manera que las entrevistas sólo fueron realizadas a personas mayores de 24 años, con un mínimo de 5 años de permanencia en la ciudad. De este modo, se garantiza que las opiniones vertidas por los entrevistados no se encuentren influenciadas por percepciones parciales o distorsionadas, producto de un conocimiento sesgado de la ciudad. Este recorte tiene gran importancia en nuestro caso específico de estudio dado que La Plata se caracteriza por la presencia de gran número de estudiantes universitarios procedentes de distintos lugares del país y del exterior, quienes sólo luego de un tiempo prolongado de residencia en la ciudad presentan un cierto grado de conocimiento, apropiación y vinculación con esta. También la ciudad es objeto de visitas turísticas que sólo realizan circuitos programados y guiados, los cuales pueden actuar como condicionante en la elección.

De esta manera entrevistamos a un total de 21 hombres que representan el 35% de la muestra y a 39 mujeres que conforman el 65% restante. En lo relativo a las edades, conformamos tres grupos por rangos etarios: el primero abarca desde los 24 a los 29, el segundo de los 30 a los 40 y el último de los 41 años en adelante. Cada uno de estos está conformado por 20 personas, representando respectivamente el 33,3% de la muestra. Al interior de cada grupo la moda es para el primero 28 años, para el segundo 38 años y para el tercero 58 años.

Las entrevistas fueron llevadas a cabo en tres espacios públicos como lo son Plaza Italia, Plaza San Martín y Plaza Moreno, ubicadas en el casco fundacional de la ciudad, congregantes de diversos grupos sociales y etarios, lo que nos asegura la representatividad cualitativa de la muestra. Además, también garantiza que todos los elementos puestos en consideración de los entrevistados tengan la

misma representatividad, dado que estos se encuentran asociados tanto espacial como funcionalmente a estos sitios.

Utilizamos el muestreo accidental de manera directa con los individuos que se encontraban por diferentes motivos en estos espacios públicos. De esta manera pudimos establecer un diálogo con cada uno de los entrevistados y salvar las posibles dudas que les surgieran del cuestionario.

Debido a que estos espacios públicos tienen diferentes usuarios de acuerdo con el día de la semana se optó por subdividir el proceso de realización en dos recortes: entre semana y fin de semana. En el primero, en general los usuarios son personas que se encuentran en el lugar en forma transitoria debido a que son días de actividades laborales y administrativas lo que genera un recambio continuo y celeridad de movimientos. En cambio, los fines de semana se reúnen en estos espacios jóvenes, familias y jubilados en busca de recreación, esparcimiento y aire libre. De este modo realizamos 20 entrevistas en cada plaza en los momentos mencionados.

Luego de la finalización del total de entrevistas cara a cara continuamos con el trabajo en gabinete, a través del procesamiento estadístico informático con los programas SPSS 11.5 y Microsoft Office-Excel. Esto nos permitió la construcción de una base de datos con categorías excluyentes por orden de jerarquía (1 al 5), el establecimiento de relaciones entre las diferentes variables y el entrecruzamiento de estas para poder dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación.

El orden de jerarquía dado por las personas entrevistadas a cada una de las tres preguntas es el siguiente: a) 1 Catedral, 2 Plaza Moreno, 3 Municipalidad, b) 1 Catedral/cuadrícula con plazas, 2 Municipalidad, 3 el verde, c) 1 Ciudad de las diagonales, 2 Ciudad de los estudiantes, 3 Ciudad Capital. Los porcentajes generales obtenidos para el número 1 fueron: el 71,7% de la muestra total señaló a la Catedral como el edificio/lugar más representativo de la ciudad. En cuanto a la categoría imagen/símbolo se indicó nuevamente a la Catedral en primer lugar en el orden de jerarquía, pero esta vez con el 58,3%. Por último, en cuanto a la metáfora/eslogan señalaron la ciudad de las diagonales con el 76,7%.

Centrándonos específicamente en el análisis e interrelación entre cada una de las preguntas y las variables (edad-sexo) pudimos observar los siguientes comportamientos:

Hitos y sitios emblemáticos: el 74,3% del total de mujeres y 66,6% de los hombres colocaron en el número 1 a la *Catedral*, mientras que en el número 2 fue posicionada la Plaza Moreno por el 43,5% de las mujeres y el 19% de los hombres. Según la variable edad la Catedral fue elegida por el 95,4% del primer grupo (24-29 años), mientras que se puede observar un comportamiento similar u homogéneo que ronda entre el 55 y el 60% para el segundo (30-40 años) y el tercer grupo (41 años en adelante).

Imágenes y símbolos: observamos que el número 1 fue otorgado nuevamente a la *Catedral* por el 64,1% de las mujeres y el 47,6% de los hombres. En cuanto a los grupos etarios se observa que el 70,5% del tercer grupo seleccionó a esta imagen en primer lugar, mientras que en los restantes grupos los porcentajes rondan entre el 50-55%. Otra representación que aparece reiteradamente en el puesto 1 y que consideramos necesario resaltar es la cuadrícula con plazas.

Frases y eslogan: en cuanto a esta categoría el número 1 fue otorgado a la frase *ciudad de las diagonales* por el 76,2% de los hombres y el 76,9% de las mujeres. Según los rangos etarios se observa que el 86,3% de las personas correspondientes al primer grupo, y el 70 % de las del segundo y tercer grupo posicionaron esta frase en el primer lugar.

En función de los resultados obtenidos podemos concluir que en cuanto a la variable sexo, si bien el comportamiento general de las respuestas a todas las preguntas, es la coincidencia en el establecimiento del primer lugar con un alto porcentaje, el grupo femenino es más homogéneo en sus respuestas respecto a la diversificación que presenta el grupo masculino.

En cuanto a los grupos etarios el comportamiento de las respuestas difiere según las categorías analizadas, así observamos que ante los hitos-sitios emblemáticos y frases-eslogan el primer grupo etario presenta mayor homogeneidad en sus respuestas frente a la diversificación de los restantes, presentándose la situación inversa para imágenes-símbolos.

5. Conclusiones

A partir del análisis podemos inferir que la publicidad sobre la ciudad a través del diálogo con los diferentes actores sociales contribuyen a la construcción del espacio imaginario platense, rediseñando los escenarios de la ciudad en función de ellos.

Las publicidades del diario, en función de las categorías construidas para el análisis (sitios/hitos emblemáticos, imágenes/símbolo, metáforas/eslogan) permitieron a través de la interrelación de estas inferir una distinción en tres etapas en la construcción de la imagen de la ciudad. Una primera etapa que abarca aproximadamente desde la década de los 40 hasta mitad de la década de los 70, donde detectamos el predominio del deseo de una ciudad con un futuro promisorio y un progreso indefinido; una segunda etapa que abarca desde mediados de los años 70 hasta principio de los años 80, caracterizada por el crecimiento y desarrollo continuo revelando las aspiraciones de ciudad; por último en la tercera etapa, desde principio de los años 80 hasta la actualidad, se verifica la revalorización de la forma urbana y los sitios emblemáticos.

Asimismo, pudimos detectar tres componentes que construyen el imaginario urbano, a partir de la lectura del portal web y de la ciudad por parte del habitante. Estos son el componente *institucional*, *el morfológico* y *el socio-cultural*. Cada uno de ellos puede aparecer indistintamente representado a través de un edificio, un lugar, una frase o una imagen.

Estos tres componentes aparecen también en la imagen publicitaria del diario local, con la característica que se transforman en su forma de representarse en el devenir del tiempo. Así por ejemplo lo *institucional* que en la actualidad se haya asociado a un edificio concreto con una fuerte carga simbólica como es la Municipalidad, en décadas más próximas a la fundación de La Plata es representado por la imagen de Dardo Rocha o por alguna frase referida a la pujanza de la institucionalidad local.

Los elementos que definen cada uno de los componentes mencionados son perdurables en el tiempo, mientras que las significaciones que emergen de ellos son mutables y cambiantes en ese devenir.

En la construcción de la imagen urbana –como explicamos– intervienen diversos actores, ya sea desde arriba, es decir, el Poder público, o desde abajo, los actores urbanos locales; todos ellos a través de un diálogo continuo, y atravesados por el tiempo y los deseos de ciudad. De esta manera, la imagen es un producto dinámico sustentado en componentes perdurables, los cuales son significados y resignificados según el contexto en donde se encuentran inmersos.

Notas

(1) Silva, A. *Imaginario Urbanos*, p. 27.

(2) Rojas Mix, M. *El Imaginario*, p. 43.

(3) Rizo, M. *Imágenes de la ciudad. Comunicación y culturas urbanas*, p. 10.

(4) La ciudad de La Plata se funda en 1882, cuando Buenos Aires se convierte en capital de la República Argentina. Su creación se enmarca en el proceso de crecimiento económico definido a partir del modelo agroexportador y las ideas políticas del momento.

(5) Aliata, F. *Arquitectura y Naturaleza en Sudamérica*, s/n.

(6) Diario que acompaña la ciudad desde sus primeros años.

(7) Gobernador de la Provincia de Buenos Aires en actividad en el período fundacional.

(8) Donadieu, P. *Las sociedades paisajistas*, p. 35.

(9) Lacarrieu, M. “La `insoportable´ levedad de lo urbano”, p. 58.

10 Álvarez, A, “La Plata Imaginada”, p. 3.

Bibliografía

ALIATA, Fernando; Silvestri, Graciela, *Arquitectura y Naturaleza en Sudamérica*, En: Seminario dictado dentro del programa de la maestría Paisaje, Medio Ambiente y Ciudad, La Plata, 2006. Inédito
ÁLVAREZ, Andrea; Pistola, Juliana, “La Plata Imaginada”, en: *XI Congreso ARQUISUR (Asociación de Escuelas y Facultades Públicas del MERCOSUR) La situación del hábitat en la ciudad latinoamericana*, San Lorenzo- Asunción, Facultad de Arquitectura, Universidad Nacional de Asunción, 19 al 21 de septiembre, 2007.

ARIAS SIERRAS, Pablo, *Periferias y nueva ciudad. El problema del paisaje en los procesos de dispersión urbana*, Sevilla, Secretariado de la Universidad de Sevilla, 2003.

DONADIEU, Pierre, *Las sociedades paisajistas*, La Plata, EDULP, 2006.

FUENTES GÓMEZ, José, “Imágenes e imaginarios urbanos: su utilización en los estudios de las ciudades” en *Ciudades* 46, Puebla, México, RNIU, 2000, pp. 3 a 10.

JELIN, Elizabeth; Langland, Victoria, *Monumentos, memoriales y marcas territoriales*, Madrid, Siglo XXI editores, 2003.

LACARRIEU, Mónica; Pallini, Verónica, *Buenos Aires Imaginada*, Buenos Aires, Secretaria de Cultura de la Nación, 2007.

LACARRIEU, Mónica, “Las Fiestas, celebraciones y rituales de la ciudad de Buenos Aires: imágenes e imaginarios urbanos”, En: *Exposición de las Jornadas de Imaginario Urbanos*, abril 2005.

- LACARRIEU, Mónica, “La ‘insoponible’ levedad de lo urbano”, En: *Eure*, Santiago de Chile, Vol. XXXIII, nº 99, agosto 2007, pp. 47-63
- LINDÓN, Alicia, “Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales”, en *EURE*, Vol. XXXIII, nº 99, Santiago de Chile, agosto 2007, pp. 31 a 47.
- LINDÓN, Alicia, “La ciudad y la vida urbana a través de los imaginarios urbanos”, en *EURE*, Vol. XXXIII, nº 99, Santiago de Chile, agosto 2007, pp. 7 a 16.
- LINDÓN, Alicia; Aguilar, Mario, Hiernaux, Daniel, *Lugares e imaginarios en la metrópolis*. México, Antrhropos, 2006.
- MARRADI, Alberto; Archetti, Nélica; Piovani, Juan, *Metodología en las Ciencias Sociales*, Buenos Aires: Emecé editores, 2007.
- MUJICA, María Constanza, “Ser santiaguino o porteño es, primero, un deseo. Entrevista a Armando Silva, en *Bifurcaciones*, nº 4, Santiago de Chile, 2005, pp. 27 (http://www.bifurcaciones.cl/index_004.htm).
- LYNCH, Kevin, *La imagen de la ciudad*, México, Gustavo Gili ediciones, 1984.
- PISTOLA, Juliana; Álvarez, Andrea, “El imaginario urbano platense” en *SILACC Simposio Latinoamericano de ciudad y cultura*. Santa Fe, septiembre 2008.
- PISTOLA, Juliana; Álvarez, Andrea, “www.laplatadigital.com” *III Jornadas Hum.H.A. Representaciones e identidades*, Bahía Blanca, Universidad Nacional del Sur, 2009.
- RAMÍREZ KURI, Patricia; Aguilar Díaz, Mario, *Pensar y Habitar la ciudad. Afectividad, memoria y significado en el espacio urbano contemporáneo*, México, Anthropos, 2006.
- RIZO GARCÍA, Marta, *Imágenes de la ciudad. Comunicación y culturas urbanas*, México, Universidad Autónoma de México, 2005.
- ROJAS MIX, Miguel, *El Imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.
- SILVA, Armando, *Imaginarios Urbanos*, Bogotá, Arango editores, 2006.

Fuentes

- El Día*, diario local de la ciudad de La Plata, 19 de noviembre durante el período 1940-2006.
www.laplata.gov.ar, portal oficial de la ciudad de La Plata.

JULIANA PAULA PISTOLA

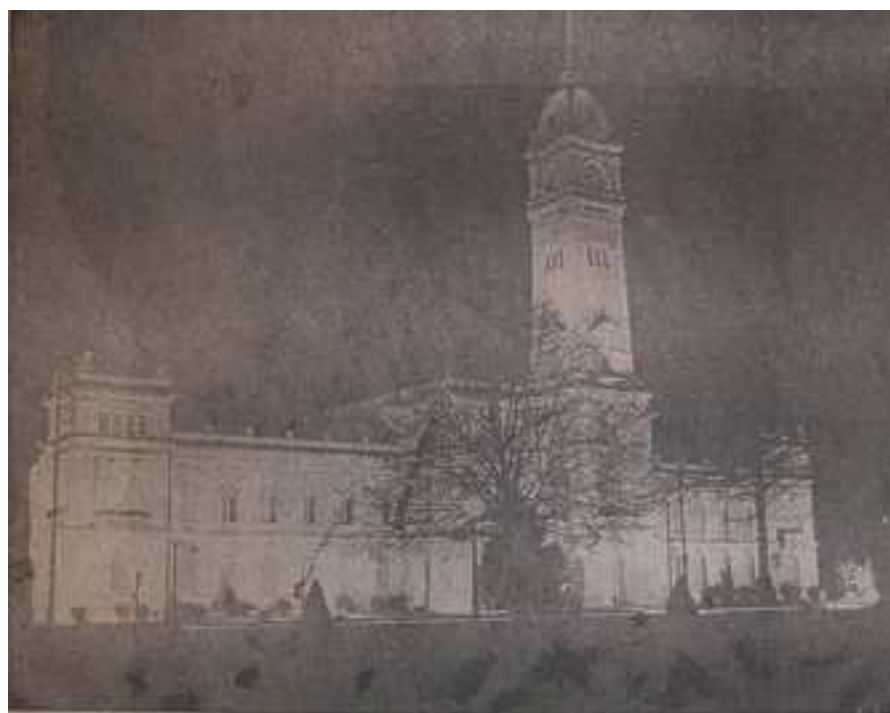
Licenciada y Profesora de Historia recibida en la Universidad Nacional del Sur en el año 2003. Doctoranda en Historia (Fahce – UNLP). Becaria de postgrado tipo II CONICET (2010 – 2012). Ayudante diplomado del Taller Vertical de Historia de la Arquitectura. Realización y participaciones en diferentes congresos y seminarios con temáticas vinculadas a la formación de grado y postgrado. Personal de apoyo en variados proyectos desde el 2001, y a partir del 2005 vinculada a la Unidad de

Investigación 6b del IDEHAB-FAU-UNLP, actual IIPAC. En estos realizó tareas de investigación y de relevamiento en archivos históricos y hemerotecas en distintas ciudades.

ANDREA MARÍA ÁLVAREZ

Arquitecta graduada en la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata, Magíster en Paisaje, Medio Ambiente y Ciudad. Doctoranda en Arquitectura (FAU – UNLP). Desempeña actividades de investigación en el IIPAC-FAU-UNLP, como becaria de la Agencia FONCYT, proyecto PICT 2434: “Modelos de transporte orientados a la mitigación de emisiones contaminantes en ciudades medias-grandes de la provincia de Buenos Aires”. Desarrolla actividades de relevamiento, análisis y procesamiento de información en los proyectos llevados a cabo en el Instituto. Docente en la cátedra de Planeamiento Físico, FAU-UNLP desde el 2007. Participa en seminarios y congresos vinculados a las temáticas de Postgrado.

ANEXO IMÁGENES



1882
19 de Noviembre
1974



LA PLATA,
Simbolo de
unidad nacional

MUNICIPALIDAD DE LA PLATA



**Desde 1923
al servicio de la comunidad platense.**



BANCO PLATENSE

TRADICION DE SEGURIDAD DESDE 1923

Capital Federal: De José Pedro Nº 112	La Plata Norte: 11 de Mayo Nº 100	Casa Central: 98 de 1927 y 101 de La Plata	City Hall: Paseo del Libertador 12	Villa Elisa: 11 de Mayo y 101 de La Plata
Bahías: Madrugada y 101 de La Plata	Ensenada: 11 de Mayo Nº 100	Barridos: 11 de Mayo Nº 100	Salto: 11 de Mayo Nº 100	San Jorge: 11 de Mayo Nº 100



MUNICIPALIDAD DE LA PLATA



estadística
Y EVALUACIÓN DE PROGRAMAS ESPECIALES

