



Universidad Nacional de Jujuy
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Licenciatura en Comunicación Social

Tesis de Grado

“La Plaza como escenario de la Comunicación” Prácticas comunicativas y Espacios Públicos.



PLAZA 9 DE JULIO

Tesista: Sofía Melina Balceda
Director: Mg. Iván Gustavo Lello

Mayo 2016

Tema de Investigación

Identificar las prácticas comunicativas que se desarrollan en la plaza 9 de Julio como espacio público de la ciudad de Palpalá durante el periodo 2010-2015.

*Dedicado a mi Mamá y a mi Papá
que me guían día a día.*

*A mi hermana Angie, amiga,
confidente y compañera de vida.*

Agradecimientos

- ✚ A Iván Lello, mi Director de Tesis que acompañó en la carrera desde mi primer año en la facultad, que compartió sus conocimientos y confió en mí.

- ✚ A todos los/as docentes que contribuyeron en mi educación, que dejaron una huella en mi forma de pensar y hacer.

- ✚ A mis Abuelos/as, familiares y seres queridos que me alientan a seguir y conquistar mis objetivos.

- ✚ A mis amigos/as que están siempre y con los que vivimos nuestra adolescencia en la plaza 9 de Julio, gracias por colaborar en este trabajo.

- ✚ A los vecinos del barrio 9 de Julio por su buena predisposición que tuvieron al momento de compartir vivencias para reconstruir la Memoria colectiva.

Índice

1. Portada	1
2. Dedicatoria	4
3. Agradecimientos	5
4. Fundamentación	8
5. Objetivos General	10
6. Objetivos Específicos	10
7. Marco Teórico	
a) Cultura Urbana	
b) Espacio Público, el escenario de la acción	
c) Los espacios públicos y la comunicación	
d) Comunicación Alternativa	
e) Discursos Alternativos: Graffitis.	
f) La plaza: corazón de la ciudad	
g) Los usos sociales del espacio público	
8. Marco Metodológico	
9. Capitulo 1	
a) Contextualización Histórica del Planeamiento Urbano	
b) Palpalá	
c) La urbanización de la ciudad siderúrgica	
10. Capitulo 2	
a) Los comienzos de la Fabrica Altos Hornos Zapla	
b) La morfología urbana generada por la industria	
c) Los efectos del modelo neoliberal	
11. Capitulo 3	
a) El glorioso barrio 9 de Julio	
b) Instituciones del barrio y colindantes	
c) Lo barrial del 9	
12. Capitulo 4	
a) La historia de la ciudad es la de su espacio público.	

- b) Espacios públicos del Barrio
- c) La Plaza 9 de Julio
- d) La plaza como un lugar de encuentro y desencuentro
- e) Escenario para la Socialización y el Intercambio
- f) Escenario para la celebración de eventos
- g) Espacio de la educación social y tolerancia
- h) Segregación espacial en la Plaza
- i) La plaza como símbolo identitario

13. Capítulo 5

- a) Comunicación Urbana
- b) La Plaza – Comunicación
- c) Discursos de La Plaza
- d) Discurso sobre La Plaza
- e) Discursos alternativos

14. Conclusión

15. Bibliografía

16. Anexo 1 – Cartografía

17. Anexo 2 – Galería Fotográfica

18. Anexos 3

- a) Entrevistas
- b) Encuestas
- c) Documentos
- d) Tabulaciones de Encuestas
- e) Ficha de relevamiento físico del espacio publico

Fundamentación

El tema seleccionado se encuadra en el seminario Análisis de la Realidad Comunicacional Contemporánea de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad y Humanidades y Ciencias Sociales de la UNJu, puesto que se pretende conocer la realidad comunicacional de la plaza 9 de Julio de la ciudad de Palpalá para poder identificar los procesos comunicativos que desarrollan los diferentes actores sociales en dicho espacio.

Por lo tanto, se deberá concebir la idea de ciudad teniendo en cuenta los ejes geográficos sobre los que se articula la vida urbana tales como las plazas y las calles, ya que, sin estos espacios y las funciones que representan, solo funcionaria como un simple almacén de personas y de casas. “Plazas y calles constituyen en primera instancia los lugares de paso, las vías de circulación de gente y vehículos en la ciudad; sin embargo han adquirido mayores funciones a lo largo de la historia y se han convertido en el escenario de la vida de la ciudad, en el espacio de la comunicación entre sus habitantes” (Muñoz Carrobles, 2010: 87).

De estos espacios mencionados, solo abordaremos las plazas que son el espacio público privilegiado en los barrios, donde se desarrollan diferentes actividades y se celebran una serie de acontecimientos.

Analizaremos puntualmente las prácticas comunicativas que toman parte cotidianamente en la plaza 9 de Julio durante el periodo 2010 - 2015, del barrio que lleva el mismo nombre, porque es una de las más antiguas de la ciudad y de gran relevancia, además de representar cierta centralidad para la comunidad local a pesar de no ser la central en términos geográficos ni jurídicos.

Para ello reconoceremos las formas de apropiación, en términos de *habitar* según Leffebvre, y los usos en el espacio público, lo cual permitirá estudiar cómo se da la comunicación en tanto escenario para la socialización y el intercambio. Indagaremos que tipo de identidad/es se conforman en la comunidad de dicha ciudad y como contribuye ese espacio, dado que las plazas, al tener una dimensión física pero también una simbólica –en términos de Gravano (2003)-, tienen memorias y huellas.

Definiremos los términos mencionados para comprender lo que nos comunican, qué se comunica en ellos y cómo repercute en la estructura espacial-temporal de la ciudad a través de diversas modalidades del uso y apropiación del espacio público.

Conjuntamente, se tendrán en cuenta los discursos de la ciudad, sobre la ciudad y los discursos alternativos planteados por Buendía Astudillo (2008), puesto que el espacio público es el lugar por excelencia de la enunciación, circulación y consumo de los discursos.

El estudio de esta plaza y sus usos sociales nos permitirá reflexionar acerca de como organizamos nuestro hábitat y cómo nos comunicamos cotidianamente en la vida urbana.

Objetivos Generales

1. Conocer la realidad comunicacional de la plaza en tanto espacio público.
2. Analizar las prácticas comunicativas que tienen lugar en la plaza 9 de Julio de la ciudad de Palpalá en el periodo 2010 - 2015.

Objetivos Específicos

1. A) Identificar las formas de comunicación en la plaza.
B) Describir los eventos que se desarrollan en el escenario comunicativo.
C) Estudiar los discursos que se originan de actos legislativos o normativos con respecto al uso del espacio público.
D) Indicar los discursos que hablan sobre la plaza: los lemas, imaginarios sociales y tradiciones.
E) Revelar los discursos no hegemónicos que se emplean en el espacio público.
F) Indagar si la comunicación contribuye en la conformación de la identidad barrial.
2. A) Reconocer las formas de uso y apropiación del espacio público.
B) Visibilizar los diferentes actores sociales que toman parte en el proceso comunicativo en la plaza.
C) Evidenciar la utilidad que le dan los usuarios, según la edad, a los diferentes espacios de la plaza.

Marco Teórico

“Cultura urbana”

Segovia (2007:15) expresa que en las últimas décadas la ciudad ha experimentado diferentes cambios como resultado de una serie de fenómenos sociales, económicos, culturales y tecnológicos. Las transformaciones tienen como base las nuevas formas de organización social y el nuevo modelo cultural.

A partir de la década del 60 se empieza a hacer escuchar el pensamiento urbanístico, es por ello que Manuel Castell y María José Gonzales Ordovás se ocupan de teorizar sobre la cuestión urbana, partiendo de un pensamiento marxista, que tienen como base de sus teorías, pero cada uno le da un enfoque diferente según su perspectiva. A su vez, critican la escasa aportación del marxismo en la investigación de los movimientos sociales urbanos.

Lefebvre, citado por González Ordovás (1998), crea la noción de sociedad urbana para referirse a la urbanización completa de la sociedad contemporánea. Cree que el punto de partida y máximo proceso transformador es la industrialización, considerada como proceso inductor y como una etapa de la urbanización. Entiende a la sociedad urbana como producto de la revolución urbana, dado que ésta produce una serie de transformaciones en la sociedad contemporánea que generan que el enfoque de la mirada se sitúe en las problemáticas urbanas dejando de lado las de crecimiento e industrialización que, hasta ese entonces, habían acaparado la atención.

El fenómeno urbano le otorga un doble sentido al espacio puesto que en la sociedad ocurren una serie de hechos, valores y visiones institucionales e ideológicas que aumentan la complejidad de dicho fenómeno, por ello aparece como ámbito y objeto de estrategias políticas e intereses económicos. En otras palabras, el tejido urbano interesa al proceso productivo tanto por la estructura y disposición del espacio como por el sistema de valores de la ciudad que logra la combinación como lugar de consumo y consumo de lugar (González Odovas 1998).

La ciudad es el lugar de intercambio y de consumo dirigido, donde la publicidad se apodera de la ciudad y de su ideología, porque cuando se satisface el deseo no solo se consume lo material sino también lo simbólico.

El espacio, producto de las relaciones de producción, cobra importancia dentro del capitalismo pero las connotaciones del espacio impiden que se convierta en una mercancía más, ya que entra en juego el tiempo y, por más de que el valor de cambio suplante al de uso, el comprador del espacio sigue adquiriendo un valor de utilización. De esta forma el volumen poseído se carga de significaciones y, convertido en un signo de prestigio y condición social, se comporta como un supersignificante respondiendo a aspectos acordes a la economía política del espacio. Esta economía implica una Economía Urbana que solo describe la realidad, y una economía política que se encarga de criticar la realidad expuesta.

Henri Lefebvre entiende que el urbanismo no es sistema porque es ideología; para este autor, existen diferentes urbanismos aunque se proclame oficialmente como “actividad que traza en el territorio la disposición de los establecimientos humanos” (González Ordovás 1998). Este es un urbanismo de clase, el fenómeno urbano es algo distinto y algo más que una superestructura del modo de producción. Dado que el urbanismo es fenómeno de clase, el espacio creado por la burguesía es un instrumento que le permite cumplir sus objetivos: controlar el espacio y regir de forma tecnocrática a la sociedad en su conjunto. En concreto, el espacio de habitar es político.

El concepto de *Habitar* es central para dicho autor, el cual implica apropiarse del espacio, de la ciudad, es el sentido mismo de la vida. Habitar no es solo alojarse sino una de sus manifestaciones esenciales. A esto se le opone la dominación que es la consecuencia de las operaciones técnicas, componente fundamental del fenómeno urbano, que son llevadas a cabo por la sociedad sobre la naturaleza para reemplazarla por sustitutos fabriles. Entiende que la dependencia entre habitar y ciudad es mutua.

Manuel Castells (Gonzales Ordovás, 1998) señala que el carácter ideológico de la sociedad urbana puede realizarse desde diversas posiciones políticas y la de Lefebvre sería la versión en la izquierda de uno de los grandes pensadores marxistas contemporáneos que desemboca en la teorización urbanística de la teoría marxista, y en su opinión la nueva revolución es urbana. Para el autor la sociedad urbana es el reino de la libertad y el nuevo humanismo.

Lefebvre teoriza sobre la cuestión urbana pero Castells aporta novedades con un alcance más social y distingue tres niveles del análisis sincrónico del espacio urbano: el estatal, el mixto y el privado.

Castells (Gonzales Ordovás, 1998) tiene una concepción de lo urbano como objeto ideológico y no como teórico, puesto que las formas espaciales tanto como el proceso de reproducción de la fuerza de trabajo llevan a cabo su articulación en la ideología de lo urbano. De aquí se derivan las acepciones del término urbanidad, entendida como concentración espacial y como difusión del sistema de valores, actitudes y comportamientos bajo la denominación de *cultura urbana*, entendida esta última como un sistema de valores, actitudes y comportamientos de la sociedad industrial capitalista, opuesta a la rural.

Este autor, descubre una ideología urbana, que es urbana porque se produce y desenvuelve en la ciudad. Dicho espacio se organiza conforme a la combinación del sistema económico, el político-institucional y el ideológico.

El sistema económico es aquel que depende de las fuerzas de trabajo y los medios de producción teniendo como componentes fundamentales a la producción y el consumo. “El espacio de consumo es el proceso espacial de reproducción de la fuerza de trabajo en los espacios verdes y aparato sociocultural a nivel colectivo y la vivienda a nivel individual” (Gonzales Ordovás, 1998).

El político-institucional se articula al espacio en torno a la regulación-dominación, es afianzado por la planificación y organización del espacio y la ciudad por las clases de poder, y la integración-represión ejercida por la autonomía municipal y la jerarquía administrativa, por ejemplo debido al funcionamiento bipolar del estado.

El sistema ideológico organiza el espacio como una red de símbolos que le cargan de sentido. Ésta legitima a fin de presentar su dominación como expresión de un interés general.

En la vivienda y el centro urbano se aprecia la simbología urbana. La primera posee una importante carga de condicionamiento y control, el segundo hace referencia a un lugar geográfico y a un contenido social que se desdobra en una función integradora y otra simbólica. Las ciudades son los centros administrativos, religiosos y políticos y representan la expresión espacial de una complejidad social. Según Castells, la ideología presente en los planes de urbanismo tiende a conceder una importancia esencial al centro como elemento integrador (González Ordovás 1998).

El enfoque conflictual de Castells responde a la idea de ciudad como un sistema viviente en el que se produce una interacción entre el espacio y la sociedad bajo los auspicios del estado.

Disecciona la política urbana en dos campos analíticos: la planificación, entendida como la intervención de lo político en la formación de lo social, y los movimientos sociales urbanos, la organización del sistema de los agentes sociales con el fin de producir un efecto nuevo sobre la estructura social.

Ciudad, en términos de Weber, es entendida como el producto social resultante de intereses y valores sociales en pugna; la ciudad como forma autónoma de producción, consumo, intercambio, relaciones sociales y gobierno político.

Espacio Público, el escenario de la acción

Al espacio público se lo considera como un actor privilegiado en la integración y en la diversidad urbana, por ello es de suma importancia conceptualizar dicha categoría. El primer término alude a un lugar físico, a una extensión o superficie delimitada; el segundo término, indica que no se trata de un círculo cerrado, secreto o privado. Se trata de un espacio abierto, al que todos pueden acceder para transitar libremente, donde las personas pueden reunirse, expresarse, informarse, acceder a los bienes sociales o reclamar cuando esto no sucede, manifestar sus problemas o intereses (Aripini, Albarracín, Gabriele, Giménez y Lobos 2005).

Hanna Arent, citada en Aripini, A.; Albarracín, D.; Gabriele, A.; Giménez, G.; Lobos N. (2005), señala que lo público es el ámbito de la acción y el discurso que hacen al ciudadano virtuoso y razonable. Lo público está ligado al ejercicio de la libertad y la comunicación; no pertenecen en este ámbito las actividades vinculadas a la satisfacción de las necesidades, a la labor y el trabajo.

Los clásicos consideraban que en el ámbito de la vida pública, los ciudadanos aprehenden los conocimientos y las virtudes propias de su condición. Las virtudes son hábitos que se adquieren por la práctica, su desarrollo exige un ámbito culturalmente determinado, un *ethos* común, donde es posible disponer de un código común. De modo que aquello que los individuos consideran como su propio bien está en correlación con el bien de la ciudad.

Espacio público contemporáneo no es un espacio vacío ni un espacio virgen, sino un espacio provisto de una calidad, de una utilidad social (material o moral) y de una naturaleza espacial. Se trata de un bien pero no de una propiedad. El uso y goce del bien

tiene el carácter de usufructo, en el sentido de que no es el propietario de él, pero si se puede disponer de él bajo restricciones definidas por un acuerdo tomado por las autoridades legítimas y de dicha disposición se generan otros beneficios indirectos.

La historia de la ciudad es la de su espacio público. Las relaciones entre los habitantes y entre el poder y la ciudadanía se materializan, se expresan en la conformación de las calles, las plazas, los parques, los lugares de encuentro ciudadano, en los monumentos. La ciudad entendida como sistema, de redes o de conjunto de elementos –tanto si son calles y plazas como si son infraestructuras de comunicación (estaciones de trenes y autobuses), áreas comerciales, equipamientos culturales, es decir espacios de uso colectivos debido a la apropiación progresiva de la gente– que permiten el paseo y el encuentro, que ordenan cada zona de la ciudad y le dan sentido, que son el ámbito físico de la expresión colectiva y de la diversidad social y cultural. Es decir que el espacio público es a un tiempo el espacio principal del urbanismo, de la cultura urbana y de la ciudadanía. Es un espacio físico, simbólico y político, al que se le pide que contribuya a proporcionar sentido a nuestra vida urbana (Borja y Muxí 2000).

El espacio público supone reservar un suelo como lugar libre de construcciones (excepto equipamientos colectivos y servicios públicos) y para usos sociales. El uso define la naturaleza del espacio público y no el estatuto jurídico. Este supone dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades. En la ciudad se podrá evaluar el espacio público por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que quedan facilitadas, por su capacidad de acoger y mezclar distintos grupos, y por su potencial para estimular la identificación simbólica (Segovia Olga. 2007).

En el espacio público se manifiesta la crisis de la vida en la ciudad. Ámbito donde convergen y se expresan posturas y contradicciones sociales, culturales y políticas de una sociedad y de una época determinada.

Éste contiene elementos heterogéneos para contener al extranjero, al marginal y entregando la posibilidad de encuentro en el anonimato, marco privilegiado del aprendizaje de la alteridad. El espacio del intercambio puede vincular aspiraciones individuales y colectivas.

Castells (1974), dice que el espacio se constituye como expresión de la identidad, de lo que yo soy, de lo que yo vivo, de lo que yo sé y de cómo organizo mi vida en torno a ello.

En términos culturales, lo local y los lugares se convierten en una trinchera de identidad. Parece necesario promover nuevas iniciativas urbanas que diversifiquen y reactiven el tejido social en el que el “nosotros” este presente.

El grado o nivel de sociabilidad e integración en los espacios públicos de un barrio sería reflejo de la existencia de confianza común, como así también el grado de encuentros de distintos grupos o actores sociales y la diversidad de usos y funciones en los espacios públicos. La apropiación excluyente por parte de un grupo convierte al espacio en un lugar socialmente estigmatizado o restringido.

También puede decirse que a este espacio se lo considera como un campo, en términos de Bourdieu, donde los diferentes actores llevan a cabo una lucha de poderes que pone en juego los diferentes tipos de capitales.

Es interesante destacar las formas de apropiación del espacio público y las estrategias que llevan a cabo para mantener ese statu quo en el barrio sobre quienes ejercen la apropiación de los espacios verdes, donde las formas de apropiación están determinadas por el *habitus* de las personas.

En la actualidad se vive con la perplejidad de hallarse cada vez más cerca uno de otros, pero sintiéndose extraños entre sí. Una mayor y mejor convivencia social está vinculada a la demanda de la apropiación ciudadana y colectiva del espacio público y de la ciudad. Según varios, autores los usos y costumbres que acontecen en los diferentes espacios públicos son un excelente termómetro para determinar los grados de integración social. Los alcances de los sentidos de pertenencia, las capacidades de apropiación de lo público y los niveles de democracia obtenidos en un barrio, en una zona o en una ciudad (Segovia, 2007).

Al barrio se lo define, recuperando las palabras de Ariel Gravano (2003), quien trata de comprender al barrio como espacio simbólico–ideológico, y a lo barrial como producción ideológico-simbólica (como parte del imaginario social urbano). A partir de esto se va a poder determinar los mecanismos de producción de sentido mediante los cuales los actores sociales en distintos tipos de barrios establecen relaciones de identidad social y cultural referenciadas en cada barrio en su vida cotidiana. Puesto que al mismo se le ha asignado carga simbólica tanto desde afuera como desde adentro del barrio generando sentido de pertenencia e identidad entre los vecinos. También, se evidenciarán las dimensiones de barrio: lo material, lo simbólico y las representaciones sociales.

Los Espacios Públicos y la Comunicación

Schmucler y Terrero, citado en Doménico Di Siena (2009), definen directamente a toda la ciudad como un espacio de comunicación. Esta característica, ser un espacio de comunicación, ha permanecido inalterada.

La ciudad se convierte en un sujeto comunicante pero al mismo tiempo es escenario de comunicación. Ella es el lugar privilegiado para el intercambio de información y para la circulación de discursos, y es aquí donde confluyen la mayoría de los medios de comunicación y donde se encuentran la mayor cantidad de información acumulada. A esto habría que sumarle la diversidad de lugares de socialización, de encuentro y consumo que se multiplican en las ciudades.

La misma, como fenómeno socio-cultural, se expresa a través de sus espacios públicos: sus constituyentes -vía pública, espacios verdes y lugares privados de acceso público- que posibilitan el desarrollo de la vida cotidiana, tanto en su dimensión tangible (circulación, comercio, encuentros, recreación, trabajo, etc.) como en su dimensión intangible (investidura de valores simbólicos, estéticos, afectivos, etc.), a la vez que institucionalizan el patrimonio intergeneracional y la imagen de la ciudad.

El espacio público, en sentido de esfera pública, siguiendo a Habermas citado por Dascal (2007), se entiende como un producto social y urbano. Esto se asocia íntimamente con el sentido de las ciudades, donde el intercambio, el encuentro con el otro y la co-presencia en anonimato son elementos fundamentales y de algún modo participan en su esencia. Desde este punto de vista, el sentido de los espacios públicos tiene que ver con los espacios sociales y urbanos que lo determinan. En cada caso, en cada ciudad, en cada momento, un espacio público se explica por un sistema político determinado, en un momento definido; por una sociedad civil, una voluntad política, un uso y frecuentación, y por los símbolos que los habitantes allí depositan, etc.

Este, también es un universo multidimensional y dinámico sostenido, y articulado por una trama comunicativa, además multidimensional y dinámica. Este concepto está en el centro de numerosas discusiones, entre ellas en el campo de las ciencias de la comunicación.

Según Juan Freire, citado por Doménico (2009), se puede entender como espacio público cualquier tipo de entorno, contexto, plataforma, que permita la relación abierta y multidireccional entre personas. El mismo debe cumplir dos requisitos: facilitar la comunicación (por su propio diseño) y unas reglas de gobierno que permitan un uso activo y compartido de los diferentes usuarios.

La gente con sus prácticas sociales, las empresas con sus actividades comerciales, las calles -con sus fachadas, mobiliario, vidrieras, publicidad, transportes- y los espacios verdes, etc., constituyen el soporte físico de la comunicación urbana. Esta se desarrolla en escalas imbricadas (local/barrial/urbana/metropolitana/regional/global) articuladas por redes de flujos comunicacionales que configuran múltiples niveles de discursividad social.

Habermas, citado en Neira (2007), distingue entre acciones estratégicas y acciones comunicativas. La primera prevé la reacción de un grupo con la intención de obtener algo de ella, busca la reacción de terceros, pero solo considera lo que estos puedan deliberar o decidir para obtener el mejor resultado y no para que se realice la voluntad de dicho grupo. Este tipo de acción está motivada por el dinero y por el poder. En cambio, la acción comunicativa tiene por motivación un acuerdo simbólicamente mediado donde los participantes generan expectativas de comportamiento respecto de los demás gracias a un acuerdo racional. Este filósofo entiende a la teoría del espacio público como espacio de argumentación y/o deliberación

El espacio público, en sentido geográfico, tienen un componente político. La soberanía ciudadana se genera en un espacio público comunicativo. Correlativo al espacio público geográfico, encontramos el espacio público moral, que consiste en la libre discusión que permite llegar a una acción común, que requiere de una reunión física de las personas que toman parte en la decisión, la cual se vuelve menos indispensable gracias a los medios electrónicos. Este, difícilmente podría ser entendido como tal si en él estuviesen prohibidas ciertas actividades o cierto tipo de personas, más allá de lo que el sentido común de una cultura o el cuidado del mismo espacio permiten; el carácter público del espacio, por lo tanto, no concierne solo a su acceso, sino a la forma en que se permanece en él, que es tan libre como haya sido acordado comunicativamente; lo público del espacio es geográfico y moral (Neira 2007).

Entender la ciudad como espacio comunicativo es muy interesante puesto que nos permite deshacernos de las clásicas jerarquías espaciales y puntos o zonas de densificación física o de flujos. Esta realidad comunicacional, generada a través de productos colectivos que aparecen en la trama comunicativa por múltiples mensajes emitidos recursivamente por los distintos actores sociales, repercute en la estructura espacial-temporal de la ciudad a través de diversas modalidades de uso y apropiación del espacio público.

Luis Britto García, citado en Salazar (2006:15), afirma que “la urbe cumple exactamente las mismas funciones que atribuimos al lenguaje. Al igual que el saludo, desempeña la función fáctica: nos pone en contacto, nos obliga mutuamente a reconocer nuestra existencia”. En efecto, escribir y habitar una ciudad son experiencias de la alteridad: en el lenguaje de la urbe sus habitantes pueden aprender a reconocerse y a concebirse como otros. Es un lenguaje, un medio de comunicación, un sistema de signos, un discurso que se construye todos los días.

Buendía Astudillo, A. (2008) trabaja con la triada lenguaje–comunicación–educación en relación a la ciudad centrando su discusión en el *discurso de y sobre la ciudad*, el cual debe entenderse como un proceso comunicativo complejo, donde sus componente responden a las dinámicas en tensión que se dan en la relación ciudad-comunicación.

Discurso de la ciudad que hace referencia a la ciudad como sujeto emisor, como actor comunicativo que se pronuncia. Un ejemplo son aquellos enunciados que se originan en la oficialidad de actos legislativos o normativos con respecto a la ciudad, una suerte de “voz oficial” de la urbe sobre determinados temas: uso del espacio, reglamentación urbana, sanciones disciplinarias, estímulos y exaltaciones a nombre de la ciudad, etc.

Este, generalmente es normativo; apunta a regular comportamientos. El discurso de la ciudad ejerce poder sobre los ciudadanos en la medida en que proscribe ciertas formas de actuar y exalta otras.

Discurso sobre la ciudad apunta a hablar de la ciudad en términos referenciales; es decir, no es la ciudad la que (se) enuncia sino sobre la que se habla. Este discurso habla “por” y “sobre” la ciudad. El ejemplo más notorio de este tipo de discurso es el empleado por la industria turística, cuya tendencia es apelar a lemas, imaginarios sociales y tradiciones (populares o de élites). El modo de operar de este discurso se basa generalmente en la raigambre histórica y no siempre parte de la formalidad de una norma jurídica. Este discurso tiende a ser más sutil, menos evidente, pero no por ello menos efectivo.

El espacio público también es el lugar donde se evidencian los marginamientos y las exclusiones por aquello que se visibiliza y por lo que no. En la exclusión y desde lo marginal se gesta lo disidente que emerge como resistencia. Aquí se enuncian *discursos alternativos*; éstos dejan ver otra ciudad y otros ciudadanos que el discurso oficial ha invisibilizado.

Discursos alternativos, ubicados dentro del ámbito de la comunicación alternativa, popular. Ésta, tuvo sus inicios con las radios mineras en Bolivia, las radios vinculadas a la iglesia católica en América latina en los años sesenta y 70, también hubo prensa obrera, comunicación en los barrios, circuitos alternativos, comunicación grupal.

Referirse a comunicación popular es hablar de la forma que se comunica el sujeto popular, los trabajadores, los vecinos, indígenas, intelectuales y los estudiantes. Son los sujetos quienes dan color a la comunicación cargando de sentido sus prácticas comunicativas en la sociedad, a través de las diferentes formas que tienen de disputar simbólicamente el poder por medio de la comunicación. Es el intercambio cultural el que va generando sentidos y consensos sociales (Uranga 2011).

Uranga (2011) señala que la Comunicación popular ya no era solamente el discurso alternativo o la denuncia, precisamente porque los actores populares discutían espacios de poder en el estado, en las políticas públicas, en el espacio público. Se incluyeron nuevos actores y con ello también se perdió radicalmente la política. Y simultáneamente el espacio público se abrió poco a poco como un ámbito viejo, por historia y renovado, por las nuevas condiciones, donde se plantearon otras batallas para visibilizar a los actores, para construir y para disputar sentidos.

Los discursos alternativos tienen una posición contra hegemónica, una mirada desde un lugar donde los actores no resultan favorecidos por el sistema, por ello tienen que encontrar la manera de hacerse oír y comprender. Buscan imponer su mirada en medio de una lucha permanente de sentidos, que es lucha simbólica de poder.

Kaplum (2007) dice que la comunicación alternativa surge como alternativa a los medios hegemónicos y con vocación contra hegemónica. A veces lo alternativo es visto como algo pequeño y marginal (clandestino, como en el caso de los Graffitis).

El autor aclara que los procesos de comunicación construyen y reconstruyen vínculos y sentidos, que no deben ser impuestos desde arriba, sino desde lo cotidiano, donde tienen que plantearse cambios profundos.

La comunicación alternativa es un proceso con múltiples causas, es contradictorio, complejo de mirar, y no puede dejar de pensarse en un contexto determinado, con una experiencia determinada, con actores y proyectos determinados. Lo alternativo se define como opción al discurso dominante.

Lo alternativo tiene más que ver con el modo de comunicar, dejando de lado lo tradicional, buscando nuevas formas, expresa Canclini (1987). Habla de la importancia de recuperar lo público como un espacio de encuentro, en donde un pueblo o una

comunidad se realizan y consolida su identidad. Privar a la ciudadanía de este espacio es quitarle la posibilidad de consolidar la identidad nacional, por ello la recuperación del mismo es parte de la política pública en materia político-cultural.

Por su parte, Prieto Castillo (2008) dice que la comunicación alternativa se explica desde las relaciones sociales alternativas, la noción de alternatividad debe ser entendida en conexión con la ruptura del autoritarismo, esta solo tendrá validez si recupera del autoritarismo esa vida cotidiana en sus instancias individuales, interpersonales y grupales. Es importante para la transformación de la sociedad el intento de estructurar sistemas de comunicación distintos a los dominantes.

Cuando nos referimos a discursos alternativos estamos hablando precisamente de Graffitis. Estas manifestaciones pictóricas son producidas por un grupo humano caracterizado en el espacio público, que muestra una riqueza inagotable de significados y matices que la observación del espectador ajeno o indiferente no puede apreciar por su desconocimiento de los códigos gramaticales y semánticos de las formas realizadas.

El graffiti posee una historia propia que nace en el New York de los años sesenta y primeros del setenta en el ámbito de la eclosión de nuevas formas culturales propiciadas por minorías marginadas de esta ciudad. Los escritores de graffitis proceden inicialmente en su entorno urbano: casa, calle, barrio, ciudad, allí dejan sus primeras señales satisfaciendo su necesidad de territorialidad.

Jesús De Diego (1997) menciona que existe una división genérica del graffiti, el europeo o francés y el norteamericano. El autor señala que el modelo francés responde básicamente a un tipo de graffiti donde el componente verbal es acusadamente mayoritario y que tiene su exponente más conocido y emblemático en el ingente corpus de las calles de París con ocasión de la revuelta estudiantil de 1968. Esta modalidad gráfica dirige su ingenio a la elaboración verbal, es heredera de una amplia tradición de pensamiento filosófico, poético y humorístico en forma de máxima (desde Nietzsche, como mínimo) y, entre otros rasgos, se despreocupa usualmente de la elaboración plástica del texto, concentrándose en el plano de su contenido. Este era el tipo de graffiti más habitual en Europa hasta la irrupción de la moda venida del otro lado del Atlántico.

El segundo modelo, del cual vamos a hacer uso en este trabajo, expone que la acepción actual del término graffiti (nominativo plural del término latino graffitius) se debe a los investigadores que desde muy pronto y esencialmente en la ciudad de New York estudiaron el fenómeno de las pinturas realizadas sobre los vagones del metro y en

las paredes de los barrios marginales de esta ciudad utilizando únicamente pintura en spray en sus formatos comerciales de venta al público, cuyos fabricantes, desde luego, nunca contemplaron esta posibilidad de uso (De Diego 1997). La consideración del graffiti se va a limitar a las obras pictóricas realizadas con pinturas en spray sobre soportes diversos siempre relacionados con espacios públicos, en especial en las plazas.

El poder de la imagen artística es irrefutable. Denegado de facto el acceso a las fuentes de la producción artística y de su distribución, los grupos humanos marginados han sufrido sistemáticamente la denegación de la capacidad de auto expresarse que la imagen proporciona. En busca de la identidad y del reforzamiento de su identidad, la gente joven de procedencia afro-americana y puertorriqueña empezaron a utilizar, en la ciudad de New York, un viejo modo de expresión, el graffiti, con pautas propias, sobre las áreas que les eran accesibles: los muros de las calles y de los túneles del metro, que definían cotidianamente el espacio de su existencia urbana. Transgrediendo constante e intencionadamente las nociones estéticas, la comodidad visual y la propiedad privada inmobiliaria (no es sorprendente que todas esas cosas les eran ya negadas) el graffiti se convirtió en una exitosa y cada vez más presente estrategia utilizada por una cultura marginada para hacerse oír, sostiene Giller citado en De Diego (1997).

En este aspecto el graffiti utiliza sus dispositivos formales, icónicos y textuales, para inscribir sus propias estructuras y expectativas en el medio público y para los públicos a los que se dirigen. El graffiti actúa así como práctica cultural inscrita en unas coordenadas particulares que comparte con otras formas culturales y artísticas urbanas emergentes. Representación del grupo, representación individual, público indistinto y urbano, espacio público y accesible visualmente, producción intensa y extensa en el tiempo y en el espacio, no inclusión y rechazo de las formas comerciales y reacción a las formas culturales emanadas de las figuras del poder.

Las excepciones a estas características básicas en la construcción cultural de la realidad como representación, son abundantes y conocidas y están recogidas en el presente estudio. Sin embargo podemos observar claros procesos de regresión a las pautas de producción originales en cuanto el rechazo proporcionado por el stablishment cultural se ha manifestado en cualquiera de sus formas. El artista de graffiti sabe de su condición de individuo menospreciado. Es perseguido, denunciado e incluso arrestado y procesado, pronuncia Arranz en De Diego (1997). Los casos son muy numerosos. Sin embargo vuelven una y otra vez a su actividad tan pronto como consiguen el dinero suficiente como para poder comprar pintura. Su actividad y la forma en que la

desempeñan es la expresión de ellos mismos; la representación de su identidad en un medio crecientemente uniformizador.

Ferguso, citados por De Diego (1997), señala la condición pública del espacio urbano, en el que el graffiti nace y se desarrolla, conforma uno de los principales aspectos de las culturas urbanas contemporáneas. La aparición de un arte público urbano escapa conceptualmente de muchas maneras al papel que la arquitectura urbana y el urbanismo vienen realizando en el mismo espacio. El arte público convencional basa sus elementos en piezas de mobiliario urbano, fachadas arquitectónicas, fuentes, escultura contratada por instituciones municipales o estatales, etc. El ámbito espacial en el que estas artes se desarrollan es el mismo que el utilizado por el graffiti, diferenciándose en lo que respecta a los métodos y a las causas, fines y efectos estéticos e ideológicos. De esta forma se establece una bipolaridad manifiesta entre dos formas diferentes de entender el arte en el espacio público urbano. El arte público oficial mantiene como constantes propias la utilidad a la comunidad, entendida ésta como un conjunto social abstracto de carácter interclasista e intergrupar que le permite unificar en un sólo criterio estético cualquier tipo de desacuerdo o discusión a sus propósitos, uniformando la expresión creativa en el espacio público que, por otra parte, resulta ser el único para el arte público.

La Plaza: corazón de la ciudad

Para concebir la idea de ciudad se debe tener en cuenta los ejes geográficos sobre los que se articula la vida urbana tales como las plazas y las calles. Sin estos espacios y las funciones que representan, la ciudad funcionaría como un simple almacén de personas y de casas. “Plazas y calles constituyen en primera instancia los lugares de paso, las vías de circulación de gente y vehículos en la ciudad; sin embargo han adquirido mayores funciones a lo largo de la historia y se han convertido en el escenario de la vida de la ciudad, en el espacio de la comunicación entre sus habitantes” (Muñoz Carrobles 2010: 87).

Siguiendo a Muñoz Carrobles (2010), una de las principales diferencias entre estos dos espacios, consiste en la duración; la calle es en esencia un lugar de paso, de circulación; por el contrario, la plaza comporta cierta permanencia en ella. La característica en común de estos dos espacios sería el hecho de servir como un lugar para la comunicación, ya que son lugares públicos y abiertos, escenarios aptos para la socialización y el intercambio entre seres humanos.

Haciendo foco solamente en las plazas, se puede decir que estas suelen ser el centro neurálgico y/o geográfico de una ciudad, el corazón donde confluyen o desde donde parten las principales calles o arterias de la ciudad. En efecto, representan un de los puntos clave para comprender la ciudad porque alrededor de ella se localizan edificios importantes, los centros de poder político, económico y religioso, entre otros.

Nacida como un espacio público y abierto para la comunicación, se localiza su origen dentro de la sociedad occidental, en la Grecia clásica, en el ágora de la polis. La plaza que nació en Grecia, lo hizo con la intención de servir como escenario de la comunicación pública, como espacio público de toma de decisiones donde los ciudadanos tienen derecho a opinar racional y libremente, y donde se constituyen como ciudadanos. Esto es incomprensible si no se toman en cuenta las relaciones de poder que la configuran.

Estos espacios tenían una vocación comercial, los mercados que se organizaba servían como puntos de encuentro entre las personas, en un principio para intercambiar sus mercancías, a la vez que ponían en contacto sus lenguas y dialectos. “La plaza se convirtió en el motor del intercambio lingüístico” (Muñoz Carrobles 2010: 89)

Estos espacios también presentan un aspecto conmemorativo, la mayoría de ellos hacen honor a fechas o personalidades importantes para la historia y la identidad de un país, como así también sirven como escenario para la celebración de eventos destacados para la comunidad.

Para Moretti, citado en Muñoz Carrobles (2010), la plaza se convierte en su comedor, en su salón..., en definitiva en una segunda casa al aire libre. Para otros, este espacio les permite huir por un instante de su hogar y renovar energías. También puede llegar a concebirse como un lugar de abandono, como escenario de lo cruel y de lo salvaje.

Los usos sociales del espacio público

Las plazas son espacios que nos mantienen en contacto con la naturaleza en medio de tanto cemento y smog de la ciudad. Son lugares de comunicación, encuentro e interacción, donde se cruzan todo tipo de personas, de diferentes edades, clases sociales y etnia.

La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. Por esta razón, podemos decir que “la comunicación se define por

la acción” porque es “a través de nuestras acciones (que) vamos configurando modos de comunicación”. Pero, al mismo tiempo, “la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción”. Definir la comunicación desde esta perspectiva se ubica en la línea de pensamiento latinoamericano de los investigadores de la comunicación que apunta a trascender el aspecto estrictamente técnico y del desarrollo de habilidades tanto de elementos discursivos como de los medios, para ubicarlo sobre todo en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales. Dicho esto, por cierto, sin desconocer la importancia que el sistema de medios, masivo y comercial, tiene hoy en nuestras sociedades como configuradores privilegiados del sentido (Uranga 2007).

En base a lo mencionado, el autor entiende que las prácticas sociales son experiencias de comunicación y de manifestación de lo político, con lo cual nos adentrarnos en diferentes abordajes de esta relación que nos permitan desentrañar los procesos sociales y la acción transformadora de los sujetos allí.

Washington (2007) considera que las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas. No existe un modelo dentro del cual se las pueda encasillar, porque responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición humana compleja y esencialmente social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas.

Entendemos a la plaza como un espacio de intercambio y socialización, por ende un espacio de comunicación donde los diferentes actores sociales que toman parte en el *campo*, comunican con sus prácticas sociales cotidianas. Es precisamente esto lo que nos interesa indagar, los diferentes tipos de discursos que circulan en el espacio público, resaltando las relaciones socio-físicas y socio-culturales, y como estas contribuyen en la identidad de los que *habitan* la plaza 9 de Julio.

Metodología

Para demostrar las estrategias del encuentro con la realidad, se suceden una serie de pasos necesarios: seleccionar un diseño, definir el universo; muestra y unidad de análisis; preparar los instrumentos, recolectar los datos y analizarlos.

El estudio o tipo de investigación que se pretende abordar será *descriptivo-interpretativo*. *Descriptiva en profundidad*, buscando establecer y definir el comportamiento del fenómeno elegido, que conducirá a establecer estados de la cuestión, índices de comportamiento, etc. Y será interpretativa en tanto pretende poner de manifiesto la esencia del objeto de estudio.

Según su *finalidad*, la investigación a realizar será *básica*, debido a que pretende conocer, explicar y comprender un fenómeno determinado.

Según la fuente será *primaria*, porque los datos a recoger serán obtenidos por la investigadora, o sea, serán de *primera mano*: se obtendrán de entrevistas, observaciones, relevamientos e historias de vida.

Y además, las fuentes serán también *secundarias*, porque se basan en la fundamentación empírica de otros estudios anteriores como ser la tesis de grado de Evangelina González Prax; el trabajo final de investigación de alumnos de la cátedra de Análisis de la Realidad Contemporánea Comunicacional, y el informe final de otros alumnos también de la cátedra anteriormente nombrada.

El carácter de la investigación será *cualitativo*, debido a que existe un interés por comprender los comportamientos desde el marco de sus protagonistas, las razones que dan sentido a los hechos, la perspectiva interna. Se busca observar el fenómeno en su contexto, orientado hacia el proceso, buscando una información profunda y -por lo tanto- comprensión global sobre la problemática planteada.

Es una investigación de campo, porque no se realizará la observación de los hechos y fenómenos en un laboratorio, sino en contacto con la realidad dinámica del objeto de estudio.

Los instrumentos que se tendrán en cuenta para realizar la investigación serán de cinco tipos:

- a. *Entrevista*: teniendo en cuenta los tipos de entrevistas que se pueden realizar, para esta investigación, se tomará como modalidad las *entrevistas*

personales o cara a cara, debido a que de esta forma se obtendrá una mayor tasa de respuestas, más exactas e incluso mayores garantías respecto a la sinceridad de las personas. Se pretende realizar entrevistas semi estructuradas y en profundidad a vecinos que habitan el barrio 9 de Julio y a personas residentes de otros barrios pero que concurran a la plaza.

b. *Encuestas*: con este procedimiento buscaremos recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado a una muestra representativa de la población estadística en estudio, con el fin de conocer los usos que le dan los ciudadanos a la plaza según su edad.

c. *Observación etnográfica*: se realizará una observación siguiendo un procedimiento que sea susceptible de ser replicado (repetido en idénticas condiciones) por otro investigador, que siga una metodología de abordaje. En este caso se practicará una observación que decante en una *Descripción Densa*, de acuerdo a la concepción planteada por el antropólogo Clifford Geertz.

d. *Análisis Documental*: enfocada en la documentación del centro vecinal y en el análisis de la recolección de material brindado por el municipio pertinente al tema de investigación. Se buscará en los archivos fotográficos de la ciudad, material sobre el crecimiento urbanístico y en especial sobre la plaza 9 de Julio.

e. Pensemos en los *mapas*, herramientas que ancestralmente han funcionado como una forma de representar el territorio. El mapa es un instrumento de análisis que ha sido diseñado en función de intereses concretos (Doménico 2009).

f. Se efectuara un *Relevamiento Físico del Espacio Público*, de la Plaza por medio de una ficha¹.

g. Finalmente, se utilizará el método de *fotografías*, para documentar de un modo gráfico la vida de los actores sociales que habitan el barrio, como así también a los actores sociales que protagonizan las diferentes practicas comunicativas en la plaza.

UNIVERSO: todos los vecinos de la ciudad de Palpalá, mayores de 15 años.

POBLACIÓN: vecinos del barrio 9 de Julio y personas residentes en otros barrios de la ciudad que hagan uso de los espacios de la plaza.

¹ Plazas de cercanía en Córdoba: espacios de juego e interacción social de niños, niñas y adolescentes / Pablo Carballo; Miguel Martiarena; Lucio Scardino; editado por Virginia Scardino. - 1a ed. - Córdoba: CEPYD; Córdoba: Red Ciudadana Nuestra Córdoba; Córdoba: Fundación ARCOR, 2015. Libro digital, PDF.

MUESTRA:

Se realizarán ocho entrevistas semi estructuradas que obtendrá a sus protagonistas a partir de una selección no probabilística.

- A un funcionarios del centro vecinal (presidente, vicepresidente, u otros integrantes de la comisión directiva de la entidad vecinalista)
- Al intendente de la ciudad de Palpalá o algún funcionario de la Municipalidad de un área competente al tema.
- A seis a personas entre 15 y 90 años (tres residentes del barrio 9 de julio y tres usuarios de la plaza de otros barrios de la ciudad).

Los vecinos del barrio 9 de julio deberán tener un tiempo de residencia en el asentamiento no menor a 10 años.

Se realizarán cuatro encuestas por cada grupo etario, dos a residentes del barrio 9 de julio y dos a los que viven en otros barrios de la ciudad de Palpalá.

- A personas entre 15 a 35 años
- A personas entre 36 a 65 años
- A personas entre 66 a 90 años

Los vecinos del barrio 9 de julio deberán tener un tiempo de residencia en el asentamiento no menor a 10 años.

Delimitaciones

Temporal: desde el 2010 al 2015

Espacial: la plaza 9 de Julio, el barrio 9 de Julio. Palpalá – Jujuy

Teórica:

- Áreas del conocimiento: Comunicación Social, Antropología Social y Sociología.
- Sujeto: personas de 15 a 90 años vecinos del barrio 9 de julio como así también personas que residen en otros barrios de la ciudad pero que concurren a la plaza 9 de Julio.
- Objeto: las practicas comunicativas en la plaza.

CAPITULO 1

Contextualización Histórica del Planeamiento Urbano

El planeamiento urbano, entendido como disciplina técnica, tiene sus primeras experiencias en la Argentina entre las décadas de 1920 y 1940 y se consolida como actividad profesional hacia mediados de siglo. A partir de ese momento, la práctica de la planificación se centra fundamentalmente en la acción del Estado y cumple la función de herramienta al servicio del modelo económico desarrollista basado en la industrialización.

Coraggio (Reese 2006) expresa que “En los sesenta, bajo la influencia del desarrollismo Capalino y el impulso externo de la Alianza para el Progreso, se institucionalizó de manera generalizada la planificación en América Latina. Dentro de ello, la planificación del desarrollo regional fue una actividad significativa asociada a la industrialización sustitutiva de importaciones comandada por el Estado. Su sentido – pocas veces logrado- fue impulsar el desarrollo industrial o el desarrollo rural integrado donde éste no se daba, complementando o compensando las falencias del mercado para generar un desarrollo territorialmente balanceado. La estrategia de los polos de desarrollo, importada de Europa, se extendió como paradigma que a lo largo de la década se hizo presente en los documentos de planificación territorial y regional del continente”.

La cuestión del ordenamiento territorial no ha formado parte, históricamente, de las preocupaciones y de la agenda de gobierno en Argentina tanto a nivel nacional como a nivel provincial. De tal forma, la República Argentina, se ha caracterizado por no contar ni con una política urbana explícita a nivel nacional ni con una ley de suelo y ordenamiento territorial como sucede en otros países latinoamericanos de régimen federal como Brasil y México. Sin embargo cuenta con un conjunto de instrumentos legales y normativos que inciden y condicionan de manera sectorial e indirecta, pero a veces importante, la gestión provincial y local del territorio (Reese 2006). Por ejemplo La Provincia de Jujuy cuenta con la Ley 2.903 de 1972 que legisla parcialmente sobre el fraccionamiento y el uso del suelo.

Esta contextualización nos ayuda a comprender porque se dio de esta manera la urbanización de la ciudad de Palpalá, con la llegada del ferrocarril y luego la profundización con la fábrica: Altos Hornos Zapla, dado que no fue un hecho aislado sino como consecuencia de las políticas económicas del gobierno de ese momento. Por

lo tanto el crecimiento y desarrollo, sin planificación, de dicha ciudad se ubico dentro del proceso de industrialización del país. En términos de Castells (1974), la industria coloniza y suscita la urbanización, organiza enteramente el paisaje urbano.

Palpalá

Se creó el Palpalá Ciudad en el año 1972 mediante la Ley 2863/72, posteriormente se conformó como Departamento por Ley Provincial 4.252 el 21 de octubre de 1986², con una superficie de 467 kilómetros cuadrados, el departamento de Palpalá es el último que se creó en la provincia de Jujuy (noroeste de la República Argentina) y el más pequeño. Cuenta con 52.856 habitantes según datos provisionales del Censo 2010.

Se extiende sobre un largo valle y la capital es la ciudad de Palpalá; siendo otras localidades destacables Río Blanco, donde se encuentra el Santuario de la Virgen del Rosario de Río Blanco y Paypaya; Mina 9 de Octubre, en la que hoy está la Villa Turística Serranías de Zapla y, en el interior del propio socavón, el Museo Minero. Desde 2003 se realiza anualmente la competencia *Ecoaventura*, de deportes de riesgo. También en el departamento de Palpalá está Centro Forestal, pequeño pueblo enclavado en un eucalar, hoy muy reducido, que tuvo hasta 15 mil kilómetros cuadrados de extensión y que se destinaba a la producción de carbón vegetal para Altos Hornos Zapla, privatizado en 1992 y transformado en la empresa Aceros Zapla. Otros pequeños pueblos son El Cucho, Los Blancos, Carahunco y Las Lajitas.

² Ver Anexo 1 - Cartografía, mapa 1: Departamento de Palpalá.



Figura 1. Plano de la ciudad de Palpalá. Fuente google maps (Captura de Mayo 2015).

La urbanización de la ciudad Siderúrgica

La ciudad de Palpalá ha crecido y desarrollado su trama urbana de una manera irregular, sin formas y sin características esquemáticas previas, por la falta de una planificación en concordancia con el medio, marcando con ello diferencias muy destacadas en el conglomerado actual (Código de ordenamiento territorial y uso de suelo, ordenanza N°284/92).

Dicha ciudad no creció en torno a una plaza central o a un centro cívico-religioso como sucedió en otras ciudades jujeñas, sino que sus primeros pasos para la conformación de una zona urbana se llevó a cabo gracias a la llegada del tendido del ferrocarril para revolucionar el acontecer político y social, intensificando el tránsito de hacienda que era beneficioso para la ciudad y zonas colindantes (Infante 1981). Luego, la creación de la planta siderúrgica integrada, llamada Altos Hornos Zapla (AHZ), se constituyó como un punto de referencia urbanística, social y económica para dicha ciudad. Su ordenamiento territorial se fue dando espontáneamente de acuerdo con las situaciones y las irregularidades geográficas que se presentaban y también en función a la reconfiguración de la estructura social producto de las relaciones de producción.

El inicio de las actividades de “La fábrica” contribuyó a un rápido incremento de la población operado a partir de 1945 con el aporte de un creciente caudal inmigratorio,

lo cual aparejó la necesidad de establecer nuevos asentamientos urbanos y ampliar los inexistentes. “Palpalá en sus albores fue creciendo alrededor de su fábrica Zapla. ¡Cuántas familias nuevas...! Los barrios que afloraban en señal de progreso...” expresaba Clara Mirabal (Amerise 2011).

El código de ordenamiento territorial de dicha ciudad, menciona que, en 1992, cuando el gobierno del departamento empezó a tomar consciencia de la situación en la que se encontraba Palpalá, donde el fraccionamiento de la tierra y el trazado de sus vías, existentes hasta ese momento, establecían de por sí un esquema urbano muy difícil de modificar en el futuro, consideró necesario y urgente, la rápida aplicación de un ordenamiento planificando del uso del suelo, muy en especial, porque las industrias existentes, tales como AHZ, una planta, una procesadora de boratos en el Parque Industrial La Noria en la localidad de Río Blanco, una fábrica de ácido sulfúrico, una fundidora de plomo, y diversas fundidoras de metal y plástico en el Parque Industrial Alto Latorre, ocasionan una degradación y contaminación del medio.

En la década de 1990, la trama urbana de Palpalá sufrió una evolución espontánea sujeta a decisiones individuales y sectoriales, tanto públicas como privadas, dando como resultado la concentración poblacional discontinua con distintos índices de ocupación territorial, grandes espacios entre sector y sector, limitación de la circulación vial por las vías del ferrocarril, etc. que presentaban un cuadro de déficit socio-económico-ambiental de las siguientes características: población localizada en sitios de alto riesgo ambiental, escasez de provisión de servicios esenciales, áreas de extrema pobreza en equipamientos urbanos, contaminación del medio ambiente y déficit en los servicios comunitarios.

También, cabe destacar que la génesis poblacional y urbana de Palpalá estaba dirigida por una industria omnipresente, había provocado que, en la ciudad, no existiera ningún espacio que sus habitantes perciban como territorio común (a excepción, quizá, de Río Blanco cuando está de fiesta), siendo muy difícil todo intento de integración interbarrial. Esta percepción del espacio, fuertemente segmentada, se traslada a nivel de organización ciudadana. Según Ferruelo Magán, citado en Bergesio, Golovanevsky y Marcoleri (2005), el crecimiento urbano de Palpalá estuvo condicionado, entonces, por una mentalidad estamentaria, propia del sector militar, al cual pertenecían quienes dirigían AHZ. Esta visión dejó su impronta en la ciudad y marcó su estructura social, que se reflejaba, hasta la década de 1990, en las prácticas comunitarias y políticas a través de un discurso que destacaba lo negativo frente a las iniciativas sociales.

A medida que pasaban los años, esto se fue modificando y las personas han localizado diferentes puntos de encuentro como, por ejemplo, la plaza 9 de Julio y la Plaza de Los Artesanos ubicada en el barrio 9 de Julio, a la cual concurren personas de diferentes clases sociales y de diversos barrios; el club de AHZ³, en particular la cancha de fútbol que estos últimos años, desde que el equipo de dicho deporte jugó las finales para ascender al torneo argentino B⁴, contó con la presencia de muchos simpatizantes, hinchas y socios, de todos los sectores y barrios de la ciudad, que se sienten fuertemente identificados por esta institución.

Por esta razón, la ciudad de Palpalá es un caso destacado dentro del NOA, donde la urbanización resulta de la relación entre el desarrollo económico de la región y los procesos históricos de transformación. Es un ejemplo de las ciudades que tuvieron su despegue y posterior consolidación como tal, gracias al asentamiento de una industria. En este caso, Altos Hornos Zapla (AHZ) ha cumplido un papel significativo en el surgimiento de los centros urbanos aledaños a ella y en configuración de la identidad de sus habitantes.

³El club Altos Hornos Zapla es uno de los más grandes en la provincia de Jujuy. Cuenta con una cancha de básquet, pileta olímpica y el estadio de fútbol con una capacidad de 18.000 personas. El equipo de fútbol es el 2º más grande de la provincia puesto que tiene participación en el Torneo Federal A siguiendo a Gimnasia y Esgrima de Jujuy que se encuentra jugando en el Nacional B.

⁴ El Torneo Argentino B fue un campeonato de fútbol de cuarta división organizado por el Consejo Federal de Fútbol, órgano interno de la AFA que nuclea a los clubes indirectamente afiliados a la AFA, provenientes de las Ligas Regionales. Esta división se disputó desde la temporada 1995/96, hasta la temporada 2013/14, dado que a partir de la temporada 2014 fue remplazado por el Torneo Federal B. A través de éste se podía obtener el ascenso al Torneo Argentino A, campeonato de tercera división hasta 2013/14.

CAPITULO 2

Los comienzos de la fábrica Altos Hornos Zapla

En la Argentina, el desarrollo de la industria siderúrgica estuvo asociado desde sus inicios a la participación del Estado en la misma. La mayor promoción que recibió la producción de acero en este país se concretó a partir de la década de 1940, sostenida por las políticas gubernamentales impulsadas por el General Manuel Savio. Tales medidas se fundaron en sus premisas: “La industria siderúrgica es fundamental, es primordial. La necesitamos como hemos necesitado nuestra libertad política, como necesitamos en su oportunidad nuestra independencia” sostiene Scarone (Bergesio y Castillo 2012). Su argumento suponía sacar al país de su situación exclusiva agrícola-ganadera, no sólo por motivos económicos y productivos sino, básicamente, por una cuestión de soberanía nacional.

El crecimiento de la ciudad de Palpalá se vincula particularmente al hallazgo de mineral de hierro en las serranías de Zapla, a 20 km de Palpalá, en la mina 9 de Octubre (Jujuy) en la década de 1940. El General Manuel Savio⁵, promotor de la industrialización del país, veía la necesidad de desarrollar la industria siderúrgica e impulsó la creación de Altos Hornos Zapla –empresa emblemática de la industria jujeña y bastión inicial del proyecto siderúrgico nacional– en las proximidades de los yacimientos descubiertos.

En 1939, el dirigente militar había presentado un proyecto que luego, en 1941, mediante la ley 12.709, sentaría las bases para la fundación de la Dirección General de Fabricaciones Militares (DGFM). Desde tal anclaje institucional, se favoreció la emergencia de Altos Hornos Zapla (AHZ), la formulación del Plan Siderúrgico y la creación de la Sociedad Mixta Siderurgia Argentina (SOMISA).

Palpalá, según Ferruelo Magán citado en Bergesio, Golovanevsky y Marcoleri de Olgún (2005), se transformó así de un pequeño pueblo, con pocos habitantes que se dedicaban a las actividades económicas primarias tales como la agricultura y la

⁵Manuel Nicolás Aristóbulo Savio (1892 - 31 de julio de 1948) fue un militar e ingeniero argentino que se destacó por su acción para desarrollar la industria siderúrgica en el país desde la dirección de Fabricaciones Militares y SoMiSA. Es una figura que destaca en la historia de la industria en la Argentina. Alcanzó el grado de general. Decenas de escuelas técnicas, laboratorios y plantas fabriles llevan su nombre. Fue autor de la ley 12.709 de 1941 (Presidencia Roberto M. Ortiz), de creación de la Dirección General de Fabricaciones Militares, de la que fue designado director. En esa función creó Altos Hornos Zapla, en Jujuy, aprovechando los yacimientos ferríferos allí presentes. Bajo su dirección, el 11 de octubre de 1945 (Presidencia Edelmiro Farrell), se realizó la primera colada de arrabio.

ganadería, en una de las ciudades más importantes de la provincia. AHZ era el centro de la actividad que empleaba alrededor de 8.000 trabajadores (casi 45% de la fuerza laboral local a mediados de los '70), proveía en muchos casos vivienda, salud y esparcimiento.

Luis Vergne, citado en Bergesio (2008), sostiene que en 1941 el Ministerio del Ejército de la Argentina tuvo conocimiento de la existencia de mineral de hierro en las serranías de Zapla. Realizados los primeros cateos geológicos en octubre de ese mismo año, se transfiere a la Dirección General de Fabricaciones Militares (DGFM) el estudio de las posibilidades del yacimiento. Confirmada la existencia de una rica veta ferrífera, la DGFM firmó con el gobierno de Jujuy un convenio de explotación.

A fines de 1942, la Legislatura jujeña y el Poder Ejecutivo Nacional aprueban el convenio celebrado entre la provincia y la DGFM para la explotación e industrialización del yacimiento de hierro. Cumplidos los requisitos legales se crea, por Decreto de enero de 1943, el establecimiento Altos Hornos Zapla (AHZ). Licitaron la construcción de la planta experimental de Palpalá, obra que quedó adjudicada a la empresa sueca Svenska Entreprenad A.B., la cual asumió el proyecto y la supervisión de las instalaciones del alto horno. Iniciados los estudios definitivos, proyectos y obras necesarias para el funcionamiento del nuevo organismo, el 11 de octubre se efectúa la Primera Colada de Arrabio Argentino.

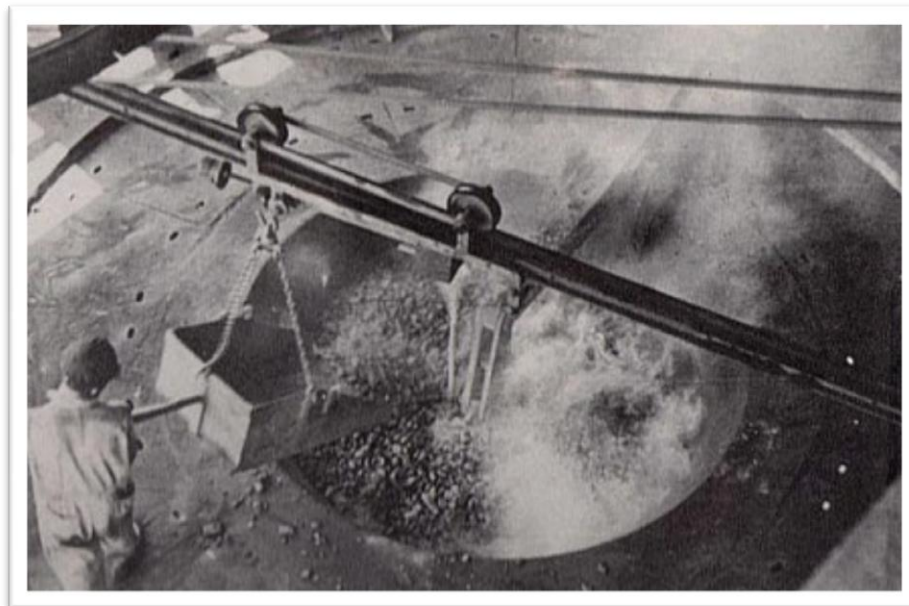


Figura 2: Palpalá, Jujuy (1945). Primera colada de Arrabio Argentino en los Altos Hornos Zapla.

El acto inaugural del primer horno de fundición se realizó en diciembre de 1945 y “significó una fuente de trabajo muy importante para los trabajadores del Norte” (Bazán, 1992). Así, la economía de Jujuy experimentaba un importante impulso provocado por la acción directa del Estado (Quintana, 1987).

Se construyó la galería principal de la mina de Zapla, bautizada “9 de Octubre”, en homenaje a la fecha de fundación de la DGFm. El descubrimiento de esta mina y la decisión de impulsar la industria siderúrgica nacional con AHZ atraen mano de obra especializada de otras provincias y una corriente migratoria de países limítrofes, especialmente de Bolivia, que se traduce en un importante incremento en la población provincial.

La ciudad fue creciendo al ritmo de Altos Hornos Zapla, que fue la primera planta siderúrgica argentina del Plan Quinquenal de la presidencia del Gral. Juan Perón, y que estuvo compuesta de barrios, villas y fincas aledañas dedicadas en su mayoría a la plantación de tabaco.

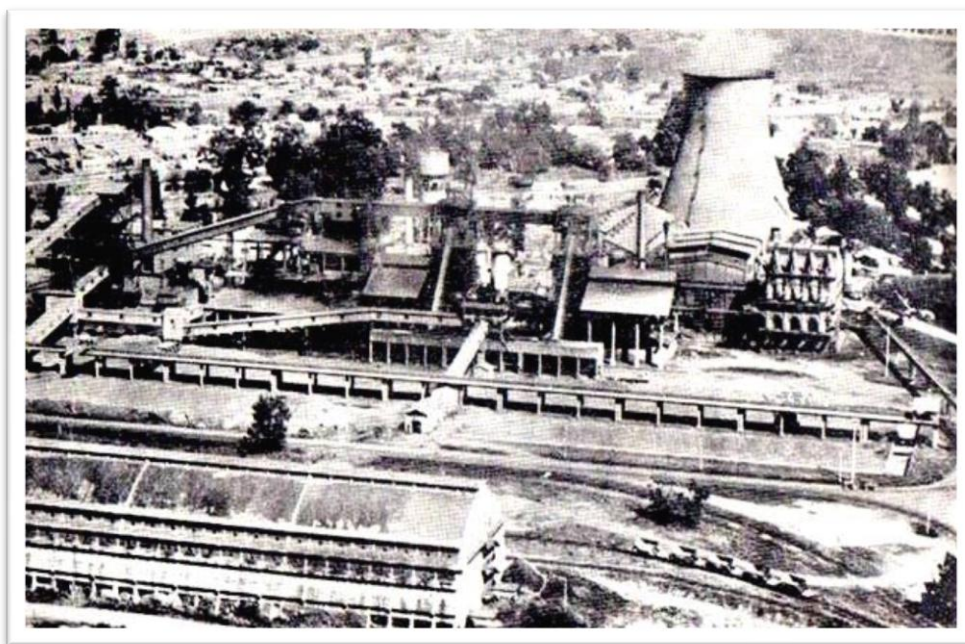


Figura 3: Palpalá, Jujuy. Altos Hornos Zapla.

El establecimiento constaba de cuatro centros de producción: Centro Siderúrgico, Centro Mina “9 de Octubre”, Centro Mina “Puesto Viejo” y Centro Forestal. El centro siderúrgico poseía a la vez, tres plantas básicas de producción: Altos Hornos, Acería y Laminación. Para satisfacer las necesidades de estos cuatro centros de producción,

contaba con una usina termoeléctrica, planta de oxígeno, talleres de mantenimiento, planta de tratamiento del agua, laboratorio y taller de fundición. La fábrica se convirtió así en una “planta siderúrgica integrada”.

Paralelamente al desarrollo de sus centros de producción, también se construyeron complejos habitacionales para obreros, profesionales y técnicos, clubes completos en cada centro, con cines, campos de deportes, piletas de natación, canchas de tenis y una de golf, además, AHZ contaba con almacenes, comedores, escuelas primarias y secundarias, instalaciones de asistencia médica y odontológica, un casino y una iglesia. Alrededor del complejo siderúrgico se fueron asentando fábricas cuya manufactura dependía del acero.

Este proceso de industrialización se vio acompañado, desde el punto de vista de la estructura social, por la aparición de nuevos actores en diferentes escenarios en Palpalá y en San Salvador de Jujuy, surgieron sectores de profesionales, obreros especializados, comerciantes y empleados públicos ligados al sector terciario y trabajadores por cuenta propia en su mayoría proveniente del interior de la provincia y del vecino país.

Lefebvre cree que el punto de partida y máximo proceso transformador es la industrialización, considerada como proceso inductor y como una etapa de la urbanización. Entiende a la sociedad urbana como producto de la revolución urbana, dado que ésta produce una serie de transformaciones en la sociedad contemporánea que generan que el enfoque de la mirada se situó en las problemáticas urbanas dejando de lado las de crecimiento e industrialización que, hasta ese entonces, habían acaparado la atención (González Ordovás 1998).

La Morfología Urbana generada por la Industria

Como no podía ser de otra manera, la llegada del ferrocarril y luego de la industria, produjeron importantes cambios en la fisonomía de pueblo existente. Aparecieron nuevas funciones urbanas y modernos edificios para las estaciones de trenes. Cuando ello ocurrió comenzaron a venderse los lotes de sus cercanías y se generó un crecimiento del tejido y por ende el ensanche de la ciudad. De este modo, los enclaves ferroviarios y sus alrededores, que al principio aparecieron como pequeñas manchas urbanas, se unieron en el tiempo con el caso fundacional (ver Anexos 2 – Galería Fotográfica 7).

En los alrededores de la estación y de la planta de AHZ, comenzaron a alojarse actividades que antes no habían existido y surgieron edificios destinados a funciones

comerciales: venta de comestibles y ropas, bares y hoteles, además de aquellas relacionadas con el almacenamiento de mercaderías o con la producción.

La ciudad fue creciendo de manera desordenada alrededor de la fábrica AHZ, y debido a su topografía irregular, con depresiones y cauces de arroyos, durante décadas el emplazamiento de los barrios tuvo características de relativo aislamiento, sólo conectados por pocas vías de comunicación. El crecimiento demográfico de la ciudad fue de tal magnitud que importantes porcentaje de la población quedaban excluidos de la posibilidad de acceder a una vivienda, aun bajo planes del Fondo Nacional de la Vivienda (FONAVI) según la Fundación Nueva Gestión, citado en Bergesio y Marcoleri (2008).

Palpalá es un claro ejemplo de lo que sostiene Lefebvre en González Ordovás (1998), al decir que el punto de partida y máximo proceso transformador es la industrialización, considerada como proceso inductor y como una etapa de la urbanización, puesto que, en la década de 1940, al instalarse los AHZ en Palpalá, se convirtió en el punto irradiador del crecimiento urbano, que respondió a las necesidades de infraestructura y de servicios de la población industrial. El ritmo de crecimiento poblacional fue lento hasta el momento en que se descubre el mineral de hierro, pero a partir de allí, su aceleración paulatina, con períodos de gran auge inmigratorio por la necesidad de mano de obra fabril, transforma la configuración de la ciudad.

La mano de obra especializada provenía, en general, de otras provincias y se instalaba en barrios pertenecientes a “la fábrica”, en los que la circulación estaba permitida sólo a sus moradores, lo que limitaba la interacción de este sector social con la población local. Tanto en Palpalá como en los distintos núcleos urbanos de la provincia, se observan diferencias arquitectónicas en las casas habitadas por profesionales, técnicos y obreros, por ejemplo los materiales con los que las construían, el tamaño de los terrenos, los servicios de obras y alumbrado público, entre otros.

Ferruelo Magán, citado en Bergesio (2008), expresa que desde ahí es que dicho incremento estuvo ligado siempre al establecimiento industrial y sus áreas de influencia, que llegaron a conformar un semicírculo territorial que comprendía un radio de dos mil metros, con un posterior período de urbanización a través de planes de viviendas que no respondían a una planificación convencional de ciudad pero sí a un trazado urbano de producción.

Durante décadas, el crecimiento demográfico de Palpalá fue vertiginoso, la ciudad creció al ritmo de la oferta laboral que brindaban el establecimiento siderúrgico y el

conjunto de pequeñas industrias que habían desarrollado productos dependientes del acero, en consonancia con la oferta de servicios privados y públicos que se iban estructurando alrededor.

Un nuevo período de crecimiento –y el más importante en lo referente a las grandes transformaciones socioespaciales de la ciudad– comenzó a fines de la década de 1950, con el inicio del esplendor productivo de la fábrica y la mina vinculada a AHZ, que alcanzó su pico máximo en la década de 1960, cuando la población creció de manera explosiva, fundamentalmente por el aporte migratorio, en un orden del 190 por ciento, según datos del período intercensal 1960/1970 (Bergesio 2008).

El aporte mayoritario se dio por migración interna, con pobladores procedentes de las provincias de Santa Fe, Córdoba, Chaco, Santiago del Estero, Catamarca y norte de Jujuy. Un número significativo procedía de Bolivia, originando una afluencia demográfica multirregional y pluricultural que se plasmó en la distribución de la población por barrios que imponía la fábrica.

Según Ferruelo Magán, citado en Bergesio (2008), la proyección territorial de la jerarquización de los procesos de trabajo dio como resultado zonas residenciales, como ser el barrio Loma Golf, que, alejadas del área contaminada por el humo fabril, fueron habitadas por profesionales y técnicos (quienes no eran propietarios de las casas que habitaban), mientras que los capataces y encargados de la fábrica se concentraron en otros barrios, por ejemplo 9 de Julio, San Ignacio de Loyola, Canal de Beagle y Santa Bárbara A y Santa Bárbara B (adquiriendo sus viviendas a través de planes habitacionales) y los obreros no calificados fueron los destinatarios de los espacios insalubres cercanos al complejo industrial, el barrio Florida, Belgrano, Martijena y Carolina (haciéndose cargo de la construcción de sus viviendas)⁶. Esto favoreció la gestación de identificaciones barriales que giraron en torno a la homogeneidad de clase social de los vecinos y/o de lugar de origen. Es en la vivienda y el centro urbano donde se aprecia la simbología urbana (González Ordovás 1998).

Se produjo una segregación espacial en Palpalá, donde el orden social se proyecta sobre el orden espacial como producto de la lucha de clases (Gravano 2003).

El barrio Florida, barrio viejo según Ledrut (Velázquez Mejía 2010) uno de los primeros, al igual que el barrio Belgrano, creado por la proximidad a la estación de trenes a fines de 1890, y Martijena, que luego creció de manera notable cuando se fundó

⁶ Ver Anexo 1- Cartografía, mapa 2: Barrios de Palpalá.

AHZ. La zona donde se encontraban estos, fue considerada el centro de la ciudad por muchos años.

“Recuerdo a Palpalá como un incipiente pueblo que no superaba los 155 habitantes, con calles de tierra, fangosas en las épocas estivales; sin municipio, sin colegios secundarios, sin atención primaria de salud.

Villa Florida era el centro poblacional, donde se destacaba el legendario boliche las Tres Marías.

La estación del ferrocarril era el punto de encuentro de la población a la hora del arribo del coche motor Jujuy- Salta o en el paso del tren de Jujuy a Buenos Aires” cuenta Roberto Villagra (Amerise 2011).

Martijena fue conocido como el barrio de “la fabrica”, donde se emplazaron la mayoría de los obreros de la misma. En la década del 70 estaba conformado por seis manzanas aproximadamente, donde habitaban la mayoría de los obreros de la misma. Las viviendas eran pequeñas, de dos ambientes, con paredes de bloque o ladrillo, techo de chapa, puertas y ventanas de madera; que tenían luz eléctrica, accedían al agua por medio de un grifo comunitario por cuadras, tenían baños con pozo ciego. Contaban con alumbrado público, las calles eran de tierra, no tenían cordón cuneta ni veredas.

En un principio, ese barrio fue visto por los palpaleños y por los posibles habitantes con buenos ojos dado que estaba a pasos de Altos Hornos y, mientras más próximos residían era mejor. Esto, con el tiempo, fue cambiando a causa de que se la empezó a considerar como una zona muy contaminada, por lo tanto, las personas con mejores condiciones económicas buscaba formar su hogar en la periferia de la ciudad.

Opuesto a lo mencionado, las viviendas del barrio Loma Golf, construcciones de hace más de 70 años, donde vivían los militares y profesionales, eran de paredes de cemento, techo de losa y algunas con tejas, puertas y ventanas de madera, con cuatro dormitorios, cocina, dos baños, living comedor, lavadero interno, garaje, un patio frontal y uno trasero, el cual esta techado y dispone de un asador. Con el inmueble venían tres calefactores y las alacenas de la cocina. El terreno es amplio. Cuentan con los servicios de agua de red, cloacas, energía eléctrica, gas natural. El barrio tiene las calles pavimentadas, cordón cuneta, veredas con árboles de damasco y alumbrado público.

De acuerdo a las causas señaladas, la ciudad fue mutando. Los vecinos de los barrios colindantes a AHZ se alejaron de la fábrica, y el centro se trasladó hacia la zona donde se encuentra el barrio 9 de Julio y San Ignacio de Loyola, barrios próximos al

estadio Emilio Fabrizzi, barrio que fueron construyéndose en épocas más modernas según Ledrut (Velázquez Mejía 2010).

“También debo mencionar la transformación de los espacios baldíos en espacios de recreación que, además de modificar la estética tradicional de la ciudad y transformarla en un Polo turístico, significaron un importante aporte para el esparcimiento de la familia. Entre ellos: el Paseo de las Flores, Paseo de los Niños, Bosque Encantado, Paseo de las Esculturas, plaza del Tango, Paseo de la Fe y el Peregrino, la puesta en valor de la Plaza Principal Altos Hornos Zapla, y los murales de la Virgen Niña, la Casa de Tucumán y del Éxodo Jujeño, entre muchos otros trabajos artísticos que adornan la ciudad” expresa Andrés de Mendoza (Amerise 2011).

La segregación espacial se fue dando de manera muy marcada en esta ciudad dado que desde la década del 40-50 las clases sociales se encontraban muy bien demarcadas, lo cual determinaría la zona en donde residiría dicha persona. Cada barrio indicaba el nivel socio económico de las personas que lo habitaban, puesto que las viviendas del barrio de los obreros, de menor rango, fabricadas por su cuenta eran totalmente diferentes a las de los obreros pertenecientes a otra categoría y que accedían a una casa por medio de los planes de viviendas o a la de los encargados, ingenieros que vivían en el barrio Loma Golf, como mencionamos con anterioridad. Todos y cada uno de estos barrios cuentan con prácticas diferenciadas y una identidad propia (Velázquez Mejía 2010).

Lefebvre entiende que este es un urbanismo de clase, el fenómeno urbano es algo distinto y algo más que una superestructura del modo de producción. Dado que el urbanismo es fenómeno de clase, el espacio creado por la burguesía es un instrumento que le permite cumplir sus objetivos: controlar el espacio y regir de forma tecnocrática a la sociedad en su conjunto. En concreto, el espacio de habitar es político (González Ordovás 1998).

Los efectos del modelo Neoliberal

El caso de la ciudad de Palpalá resulta paradigmático para estudiar los efectos de la privatización de la fábrica siderúrgica estatal Altos Hornos Zapla, así como los medios elegidos para superarlos: una estrategia de desarrollo local con fuerte impulso a los microemprendimientos. La provincia siguió así el modelo postulado a nivel nacional, por lo que su análisis permitirá conocer mejor la realidad local, pero por sus

características, también la regional y nacional (Bergesio; Golovanevsky y Marcoleri de Olguín, 2008)

Fiszbein y Lowdenob, citados en Bergesio; Golovanevsky y Marcoleri de Olguín (2008), expresa que, en 1992 la venta de la empresa fue seguida por el despido de un número cercano a los 3.000 trabajadores. Palpalá trató de superar esta situación mediante microemprendimientos, con activa participación del municipio, con diferentes modalidades de intervención: capacitación, financiamiento y/o asesoría. En especial durante la década de los noventa, fue un centro importante, a nivel nacional, de fomento de la actividad microempresarial con importantes aportes financieros de organismos nacionales e internacionales, tratándose de una estrategia de desarrollo local citada como ejemplo de rehabilitación positiva luego de un shock traumático.

Esta situación ha generado un panorama complejo con respecto a las identidades locales, ya que quienes nacieron y crecieron durante el auge de AHZ se identifican como “palpaleños y de la fábrica”, muchas veces por sobre cualquier otra categoría identitaria, aún hoy que “la fábrica” tal como era, ya no existe. Localmente establecieron algunas jerarquías a partir de estas categorías generales según las personas hayan pertenecido o no al plantel de AHZ y según el puesto de trabajo que hubieran tenido en la misma.

El estatus de las familias será mayor o menor de acuerdo a los mencionados criterios (Heras Monner Sans 2002). Entrecruzadas con estas categorías identitarias se encuentran otra como las identidades forjadas por las familias que no pertenecen a este pasado histórico signado por la imagen de empleo pleno y que han arribado más o menos recientemente a Palpalá, o a las de las familias que -habiendo vivido esos tiempos de auge del empleo- no trabajaban directamente para la fábrica.

La coexistencia de diversidad identitaria plantea situaciones tensas que se expresan en formas discriminatorias hacia personas percibidas como de “menor valor”, enuncia Ferruelo Magán citado en Bergesio (2008).

El desarrollo de las formas económicas, políticas y sociales de la modernidad, constituyó en Jujuy en general y en Palpalá en particular, un sistema de relaciones sociales profundamente marcado por procesos de diferenciación y control con relativa movilidad, a través del cual los sectores subalternos reprodujeron su vida dentro de las opciones limitadas de un capitalismo periférico, cuyo crecimiento estuvo ligado a la protección estatal. Palpalá parecería siempre estar reflejando las tendencias centrales de las políticas del país.

Con la industria siderúrgica en la época del modelo de industrialización por sustitución de importaciones, con la privatización de Altos Hornos Zapla durante el Plan de Convertibilidad (basado en el tríptico privatización, desregulación y apertura externa), con el fomento a los microemprendimientos luego de la privatización mencionada, y finalmente hoy en día con el desarrollo local y la participación comunitaria, Palpalá refleja, en pequeño, lo que en el país ocurre en escala macro. (L. Bergesio y M. Marcoleri, 2008).

La ciudad de Palpalá, en términos de Weber, es el producto social resultante de intereses y valores sociales en pugna; la ciudad como forma autónoma de producción, consumo, intercambio, relaciones sociales y gobierno político.

En el periodo analizado, 2010- 2015, observamos que se mantiene, a rasgos generales, la fisonomía de la ciudad desde su urbanización, si bien la población de Palpalá ha crecido y expandido hacia la periferia, no cuenta con grandes y modernos edificios. Avanzo en la recuperación de espacios baldíos en espacios para el deporte y la de recreación, por esta razón la localidad es conocida en la provincia, es ‘la ciudad de las plazas’.

La segregación espacial, que tenía de trasfondo el posicionamiento social dentro del mercado laboral de la industria, sigue vigente. En las representaciones sociales de los palpaleños, los barrios prestigiosos de aquella época, como ser Loma Golf donde vivían los ingenieros, siguen manteniendo su estatus en la sociedad.

La ciudadanía palpaleña todavía padece las consecuencias de la privatización de AHZ, eje alrededor del cual giraba la ciudad, están tratando de conformar un ‘centro comercial’ en la Av. Juan J. Paso, concretando lo que Fabricaciones Militares había planificado, donde los vecinos aledaños han modificados los frentes de sus viviendas para montar un negocio o ser alquilado para alguna actividad comercial.

CAPITULO 3

“El glorioso 9 de Julio”

En la ciudad de Palpalá, se considera como un punto de encuentro a la plaza 9 de Julio ubicada en el barrio que lleva el mismo nombre, ambos datan del año 1958 surgidos en el proceso de industrialización.

En los inicios de la ciudad, la zona donde se encuentra emplazado el barrio era descampada e identificada como “la periferia”, dado que el centro era considerado el sector donde se localizaba la estación del ferrocarril y la fábrica. Esto fue mutando, Palpalá necesitaba expandirse gracias a la afluencia migratoria, consecuencia de la demanda de mano de obra por parte de AHZ, y concretar la construcción de viviendas para los obreros, alejadas de la planta para prevenir los efectos de la contaminación que ésta provocaba.

Según testimonio de los vecinos, en los primeros años, el barrio -espacio simbólico-ideológico en términos de Gravano- fue construido especialmente para los trabajadores de la Fábrica AHZ, para poder contener a las familias de los obreros y acortar distancias, dado que en esa época los medios de transportes eran escasos y dificultaba la movilidad cotidiana de los trabajadores. Al principio se llamó barrio Provincial⁷ y solo contaba con cuatro manzanas: “A partir de la calle San Luis y la África ya no había nada, era un barrio muy chiquito, de viviendas amplias por lo menos en la manzana en la que estamos nosotros”, relata un entrevistado⁸.

Pasados unos meses, cambio su nombre a 9 de Julio. En una segunda etapa se realiza la construcción de las viviendas a través del Banco Hipotecario, por esa razón el barrio colindante adopta ese nombre. Con el tiempo se reunieron los vecinos del barrio 9 de Julio y los del Banco Hipotecario para unificarse porque sus dimensiones, en términos de superficie, eran pequeñas. Ambos querían que su nombre prevaleciera sobre el otro, hasta que los del Hipotecario decidieron ceder ya que consideraban que el 9 de Julio estaba mejor consolidado y tenía mayor antigüedad, comentaba una vecina⁹. Los adjudicatarios eran ex trabajadores de AHZ, por lo tanto la mayoría de los habitantes

⁷ Libro de Actas del Centro vecinal y fomento 9 de Julio, Acta N°1.

⁸ Entrevistado N° 3.

⁹ Entrevistada N° 6.

actuales de las viviendas son adultos mayores jubilados que conviven, en la mayoría de los casos, con sus hijos/as y/o nietos/as. Don Rojas, vicepresidente del Centro Vecinal y comerciante del barrio con más de 25 años de antigüedad, cuenta que llegó a Palpalá porque fue invitado a través de una carta del General Martijena, de Fabricaciones Militares, “nos solicitan venir; allá teníamos comodidad, todo ordenado” (Amerise 2011), haciendo referencia a su trabajo anterior en la localidad de La Mendieta.

Las viviendas son bajas y de material, de dos o tres dormitorios, living comedor, cocina, baño. En algunos casos tienen un cerco o rejas que da lugar a un pequeño jardín delante de la casa, respetando un formato de vivienda original, tal cual fue entregada, a excepción de las que se encuentran alrededor de la plaza 9 de Julio que han realizado modificaciones y ampliaciones para el alquiler de los salones a comercios, centros médicos, entre otros. Además, éste es un barrio que desde sus inicios cuenta con todos los servicios, calles pavimentadas, incluso fue el primero de la ciudad en tener gas natural, puesto que aprovecharon la oportunidad cuando la fábrica lo había solicitado¹⁰.

En la actualidad, el barrio 9 de julio, al igual que San Ignacio y Santa Bárbara, se encuentra en el nuevo centro de la ciudad. Entendiendo al centro como elemento integrador, en términos de Castells, donde la ideología presente en los planes de urbanismo tiende a concederle una importancia esencial (González Ordovás 1998). Zona identificada por los palpaleños (mayoría de los encuestados y entrevistados), donde están asentadas las instituciones de poder: la Iglesia y la Municipalidad, el Club Altos Hornos Zapla, cine teatro AHZ, Hospital Wenceslao Gallardo, plazas y comercios. “Cuando iban a hacer estas casa, yo pedí casa en la fábrica, estaba casado, acá no había nada, y me dijeron el centro de Palpalá va a ser ahí donde estamos haciendo las casa”¹¹.

Instituciones del barrio y colindantes

La ciudad entendida como sistema de redes o de conjunto de elementos – tanto si son calles y plazas como si son infraestructuras de comunicación (estaciones de trenes y autobuses), áreas comerciales, equipamientos culturales, entre otros, por esta razón vamos a señalar cuáles son las instituciones del barrio y las colindantes.

¹⁰ Entrevista N° 7

¹¹ Entrevista N° 5

Instituciones del Barrio

Radio-Tec

“En aquellos años existía una red de altos parlantes instalados en las columnas de alumbrado público y distribuidos en varias arterias principales, como la Avenida Hipólito Yrigoyen, Avenida San Martín, Avenida Libertad, entre otras. Los mismos transmitían música e información local, desde una vivienda ubicada en la calle 23 de Febrero 150 del barrio 9 de Julio. Todo bajo la denominación de Radio-Tec, cuyo propietario fue el popular Víctor Ruso García”, cuenta Antonio Manuel Andrade (Amerise 2011).

Centro Vecinal y de Fomento 9 de Julio

El Centro Vecinal (CV) comenzó su actividad desde la conformación del barrio, precisamente en el año 1959, “con la finalidad de estrechar vínculos de camaradería y buena vecindad entre los habitantes de este barrio, además de realizar gestiones ante las autoridades competentes con el objeto de lograr mejoras, propender a la realización de actividades deportivas y culturales, recaudar fondos para gastos de diversas obras de mejoramiento en beneficio de la comunidad y de toda otra actividad que redunde en beneficio de los socios de este Centro, excluyéndose toda actividad o discriminación política, racial o religiosa”¹².

Este obtuvo su personería jurídica el 31 de julio de 1962, su predio está ubicado en entre las calles Mina Tabacal y Mina Providencia, del barrio Santa Bárbara A. Si bien se encuentra asentado en el barrio colindante, el CV fue designado en ese espacio antes de la creación de Santa Bárbara (ver Anexo 2 – Galería Fotográfica 5A). Tuvo que ser ahí porque el arroyo Huaico Chico con el cual limita el barrio 9 de julio, los condicionó. La presidente de esta entidad, Antonia Benítez, comenta que a diferencia de otros Centros Vecinales de la ciudad, ellos son propietarios de esas tierras. El predio consta de un salón de eventos con todos los servicios, una cancha de fútbol y un tinglado a medio construir. “Todos los que nos antecedieron hicieron mucho por el centro, porque todo lo que está ahí lo hicieron los vecinos. En su momento, en los

¹² Libro de Actas del Centro Vecinal y Fomento 9 de Julio: Acta N° 1.

primeros tiempos hacían locro, empanadas y comenzaron a levantar una habitación y fueron ampliando todo, o sea que ahora en cierta manera ya hay un camino hecho y el salón se lo alquila”¹³.

El centro vecinal del 9 de Julio tiene una característica: “la mayor parte de la gente es gente grande y es del barrio..., yo creería que el más tradicional entonces... es un poco la gente que yo veo que tiene más responsabilidad, porque los otros centros me dicen que no pueden cobrarle una cuota, es verdad no es mucho la cuota porque es \$5 por mes, y \$60 al año, pero hay gente que me encuentra y me dice dígame a la cobradora que me vaya a cobrar, o sea hay un compromiso que yo creo que actualmente con la gente más joven, me parece, que no lo hay tanto y ellos sí, entonces es como que siempre fueron socios”¹⁴.

Benítez resalta que los ingresos provienen de la cuota societaria, como mencionamos, y del alquiler del salón y la cancha, a los profesores que van a dictar clases de folklore o a los profesores de la escuelita de futbol por ejemplo, y para eventos.

Escuela de Fútbol barrial 9 de Julio

La escuelita de futbol con una matrícula de 200 niños, aproximadamente, de 6 a 12 años, se ocupa de la tarea social y recreativa del barrio¹⁵. La misma funciona en las instalaciones del centro vecinal y está a cargo del Sr. Miranda, vecino del barrio 9 de julio (ver Anexo 2 – Galería Fotográfica 5C).

Red de Mujeres

La Red de Mujeres Solidarias de la ciudad de Palpalá fue inaugurada el 14 de junio del 2010, sede de la provincia que es coordinada por la diputada provincial Mariela Ortiz (ver Anexo 2 – Galería Fotográfica 5B).

Esta es una Red que fue conformada por la Diputada Nacional tucumana Beatriz de Alperovich que contó con sus primeras sedes en las provincias de Tucumán y Santiago del Estero, con el objetivo de lograr mejores condiciones de vida tanto para las

¹³ Entrevistada N°7

¹⁴ Entrevistada N°7

¹⁵ Entrevistada N°7

mujeres como para su grupo familiar, orientado hacia lo económico, lo social como en lo cultural.

Con esta organización Jujuy se incorporó a un nuevo espacio de compromiso, trabajo y participación de la mujer en diferentes ámbitos, revalorizando su papel fundamental tanto en la familia como en la sociedad.

Es por ello que la Red busca acercar a las mujeres las herramientas para que puedan emprender iniciativas propias, y esto se consolida a través del trabajo con organizaciones de la sociedad civil, aprovechando de manera organizada los recursos de programas, planes, proyectos y los recursos humanos existentes en cada zona.

Las actividades que desarrolla la organización pertenecen a distintos campos:

- Promoción de la salud.
- Clases de apoyo a alumnos primarios,
- Talleres de tejido, cestería, corte y confección, arte decorativo,
- Charlas sobre nutrición para ayudar a las mujeres con sobrepeso,
- Clases de gimnasia,
- Cursos de tango,
- Danza árabe y folklore

Así mismo, desde Noviembre del 2013 esta Red de Mujeres palpaleñas cuenta con un Centro de Enseñanza y Acceso Informático, desde donde se desarrollan acciones educación, capacitación y emprendimientos, desde el marco del programa Mi PC suscrito en el ministerio de la Industria de la Nación¹⁶.

¹⁶ <http://localidades.cfi.org.ar/Localidad/Novedades/21403/3233/red-de-mujeres-solidarias-en-palpala>

Actividades Comerciales o Privadas

Actividad	Cantidad
Centro Médico / Centro Odontológico	8
Farmacias	1
Confiterías / Sandwicheria	4
Heladerías	1
Cyber	1
Kioscos, despensas, Drugstores, entre otros.	14
Carneceria / Polleria	3
Remisería	2
Forrajearía	1
Locales de indumentaria, calzados y Accesorios	16
Peluquerías	4
Librerías	3
Ópticas	2
Panaderías	2
Lavaderos	1
Instituto de Ingles	1
Aseguradoras	4
Otros	5

Fuente: creación propia, Marzo 2016.

La mayoría de los locales comerciales se encuentran asentados alrededor o lo más cerca de la plaza. A medida que nos alejamos de ésta, dirigiéndonos hacia la zona que limita con el barrio 25 de mayo, la actividad comercial disminuye, es escasa o nula.

Instituciones colindantes

- Asociación Cultural y Deportiva Altos Hornos Zapla
- Iglesia Espíritu Santo
- Colegio Sagrado Corazón
- Escuela Gral. Savio

Estas son las instituciones, edificios importantes de los centros de poder político, económico y religioso, entre otros, que a diferencia de otras ciudades no se encuentran ubicados alrededor de la plaza central, sino que se encuentran dispersados, pero próximos a la plaza 9 de Julio (ver Anexo 2 – Galería Fotográfica 6).

En el próximo capítulo veremos cómo las instituciones mencionadas aquí cobran cuerpo y vida en las prácticas cotidianas de los vecinos del barrio, describiremos la forma en la que se interrelacionan e interactúan en la plaza.

Lo barrial del 9

A partir de lo barrial, como producción ideológica-simbólica, se va a poder determinar los mecanismos de producción de sentido mediante los cuales los actores sociales en el barrio establecen relaciones de identidad social y cultural referenciadas a su vida cotidiana. Puesto que al mismo se le ha asignado carga simbólica tanto desde afuera como desde adentro del barrio generando sentido de pertenencia e identidad entre los vecinos (Gravano 2003).

Los vecinos residentes en el barrio se sienten orgullosos de pertenecer al mismo, lo demuestran con frases como “vivo en el glorioso 9 de Julio”¹⁷, “si me siento identificado, imagínate hace mas de 50 años que vivo acá”¹⁸, resaltando el “gran sentido de pertenencia”¹⁹.

Gravano (2003) considera al barrio como un símbolo en contextos donde se intentan destacar determinados valores considerados positivos, como las relaciones primarias, la tradicionalidad, la autenticidad, la pertenencia a las bases populares la solidaridad, la virilidad; o lo negativo como la vulgaridad, la baja categoría o la promiscuidad informativa (chisme). Resaltan el ser o no ser del barrio, los valores, las creencias e identificaciones.

Tienen una fuerte identificación con el lugar donde viven. Ser del barrio, el haber crecido allí, sobre todo vivir la adolescencia en la plaza 9 de Julio, fueron expresiones utilizadas con frecuencia por los entrevistados para definir cuál era su relación con el lugar. Al autodefinirse destacan los valores positivos. Se identifican a sí mismos como

¹⁷ Entrevistado N°3

¹⁸ Entrevistado N°5

¹⁹ Entrevistada N°6

buena gente, muy amable, muy unidos aunque consideran que las relaciones vecinales se deterioraron con el paso del tiempo “ahora no, ahora si es posible ni te miran, ni te saludan”²⁰; e identifican al otro, al que no es del barrio como “los que vienen a chupar son de afuera... esto es desde que estamos aquí” expone un entrevistado²¹, y otro, que está en contra del arte callejero, dice que no cree que los graffitis hayan sido realizados por los que viven en el barrio o van a la plaza 9 de Julio, porque lo ideal es verla linda, ellos “no manejaban los mismos códigos de respeto” (Entrevistado N°3), hacen continuamente valoraciones negativas para referirse al actor social externo. El sentido de pertenencia al barrio se ve reforzado por la posibilidad de reconocimiento/desconocimiento del otro como miembro del lugar o como extraño (Bonaldi y Del Cueto 2009).

Además, reconocen al 9 de Julio como “un barrio muy tranquilo, sereno, de gente grande más que nada”²². Otra entrevistada (N° 4) cuenta “yo viví ahí, es un barrio muy lindo, tiene todos los servicios, tiene plazas, el ambiente es muy cálido, todas las personas se conocen, [...] si yo tuviera que elegir un barrio para vivir sería el barrio 9 de julio por la identidad que tiene para mí, por mi adolescencia y para mi familia”.

Una vecina cuenta: “Incluso, había fiestas... la del 9 de julio o de tal cosa, cumpleaños o que vos sabes que hicieron aquí en la cuadra una vez, otra vez hicieron en la otra cuadra. Todos los vecinos casa por casa invitando, vamos a cortar las calles, cortaron allá y acá, hicieron en todo lo largo de aquí de la San Luis, todos, fuimos todos los vecinos cada uno llevaba lo que podía, mesas sillas, todos. Vos vieras como nos juntamos para divertirnos y en la calle bailábamos, chicos, grandes de todos tamaños, era lindo y después cambio totalmente. Todo se perdió. Fíjate nunca más después hicieron, era una reunión linda”.

Los alcances de los sentidos de pertenencia, las capacidades de apropiación de lo público y los niveles de democracia obtenidos en un barrio, en una zona o en una ciudad son termómetros para determinar los grados de integración social (Segovia, 2007), por lo tanto, con respecto a lo señalado por los entrevistados, encuestados y sumada la observación a las interacciones cotidianas²³, podemos decir que en el pasado el barrio presentaba altos grados de integración social, con el tiempo fue mutando y disminuyendo, pero no desapareció.

²⁰ Entrevistada N°6

²¹ Entrevistado N°5

²² Entrevistado N°3

²³ El trabajo de campo se realizó en mayo, junio y julio de 2015.

Merklen (citado en Bonaldi y Del Cueto 2009) sostiene que los sectores populares hallan en el barrio un refugio capaz de operar tanto como un lugar de repliegue como de inscripciones colectivas. Según el autor, este repliegue se habría desarrollado en los últimos veinte años como la principal respuesta de los sectores populares al vacío dejado por las instituciones y la falta de trabajo. El barrio pasó a cumplir funciones que otras instituciones ya no podían cumplir eficazmente, a la vez que se cumplió en el soporte para una solidaridad de base territorial.

Organizaciones como el CV, de base comunitaria y con una sólida inscripción territorial, llevaron a cabo distintas formas de acción colectiva (ayuda mutua, autogestión para satisfacer las necesidades o articulación de demandas). “Siempre fueron así muy proactivos, tratar de tener las cosas, tener todo pero uniéndose; hubo siempre un sentido de cooperación que yo creo que ahora no es tan así porque yo voy a las reuniones y veo que dicen señor ‘Intendente cuando nos van a pavimentar, cuando nos van a poner, cuando...’ Pero no es el decir nosotros ponemos, y hay un detalle más, por ejemplo, la calle que está por la África -que pasa al Santa Barbará por el centro vecinal- esos adoquines se los dio [el centro vecinal] a la municipalidad, bolsas de porla para que hagan los adoquines y adoquinen esa calle. O sea, siempre se ha tratado... se caracterizó el 9 de julio de poner la solución. No solo de pedir... Así que bueno, se puso el cemento y ellos hicieron”, relata la presidente del CV²⁴.

Así es como en este apartado evidenciamos claramente las dimensiones del barrio: lo material, lo simbólico y las representaciones sociales (Gravano 2003).

²⁴ Entrevistada N°7

CAPITULO 4

La historia de la ciudad es la de su espacio público

El espacio público es el de la representación, en el que la sociedad se hace visible. Del ágora a la plaza, de las manifestaciones políticas multitudinarias del siglo XX, es a partir de estos espacios que se puede relatar, comprender la historia de una ciudad. Estampas gloriosas y trágicas, antiguas y modernas, se suceden en los espacios públicos de la ciudad. Es suficiente con recordar lugares y momentos históricos como las manifestaciones en París iniciadas en la República o en la Bastille, las plazas de las Tres Culturas en México o Tiananmen en Pekín, la reacción en Barcelona y otras ciudades de España ante la arrogancia del entonces ministro Manuel Fraga cuando dijo que “*la calle es mía*”; los desfiles del día del orgullo gay que toman las calles de Nueva York y otras ciudades; la expresión popular de los carnavales de Rio de Janeiro o Venecia; estos y otros actos ciudadanos solamente son posibles en el espacio público (Borja y Muxi 2000).

Borja y Muxi (2000) sostienen que la historia de la ciudad es la de su espacio público. Las relaciones entre los habitantes y entre el poder y la ciudadanía se materializan, se expresan en la conformación de las calles, las plazas, los parques, los lugares de encuentro ciudadano, en los monumentos. Es decir que el espacio público es a un tiempo el espacio principal del urbanismo, de la cultura urbana y de la ciudadanía. Es un espacio físico, simbólico y político.

Espacios públicos del Barrio ²⁵

Al espacio público lo conforman todos los lugares de encuentro, en los que se establece una forma de relación ciudadana y en los que se va configurando la cultura propia de esa comunidad (Doménico 2009).

²⁵ Ver Anexo 1- Cartografía, mapa 3.

Identificamos:

- Poli deportivo
- Plaza de la Independencia
- Plaza de la tercera edad
- Plaza Homenaje a Rosario Vera Peñaloza
- Plaza 9 de Julio

Si bien destacamos varios espacios públicos en el barrio, muy pocos los pueden identificar. El polideportivo es un espacio donde cotidianamente practican futbol o basquetbol niños, pero sobre todo jóvenes. Una de las cuatro plazas es reconocida y habitada por los ciudadanos, la Plaza 9 de Julio, y las otras tres son consideradas solo como lugar de paso.

La Plaza 9 de Julio²⁶

La plaza, pulmón de la ciudad (Peñalta Catalán y Muñoz Carroble 2010) fue conformada como tal gracias a la gestión de los vecinos. Desde la creación del barrio que ese espacio había sido designado para la plaza del mismo por órdenes del Ministro de Obras Públicas de la Provincia. Éste fue defendido por los vecinos desde sus inicios, puesto que cuando estaban comenzando la construcción de las viviendas de la segunda etapa del barrio (ex barrio Hipotecario) dicho espacio había sido loteado²⁷. Ante esta situación los vecinos se dirigieron ante las autoridades correspondientes para que cumplieran lo que les habían prometido.

Tuvieron éxito ante su pedido, entonces comenzaron con el desmalezamiento y limpieza del terreno para que pasaran la moto niveladora prestada de la fábrica AHZ y así, la Municipalidad, en la intendencia de Justino Campero, les colocara los juegos para los niños²⁸. Estos vecinos apelaron a su derecho al espacio público, el derecho a ejercer como ciudadano que tienen todos los que viven y que quieren vivir en las ciudades.

²⁶ Ver Anexo 2 – Galería Fotográfica 1.

²⁷ En una inspección en el año 1992 encontraron que en la manzana 78, del lote 5 al 20 estaba ocupado por un espacio verde, por lo cual el IPPS debió haber hecho una donación con la correspondiente aceptación de la Municipalidad de Palpalá²⁷ (Ver Anexo Cartografía, mapa 4: Registro Grafico Parcelario).

²⁸ Entrevistado N° 5

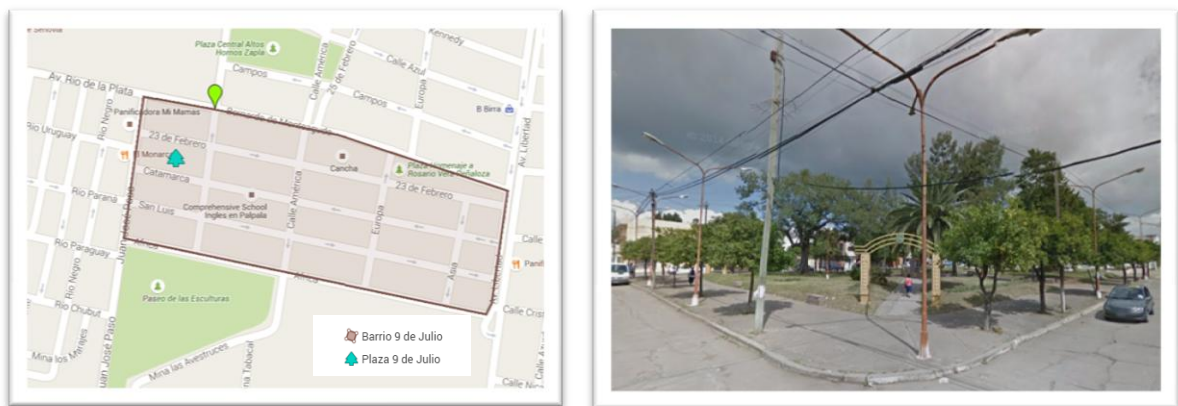


Figura 4: Plano de la ciudad de Palpalá. Fuente Google maps y Google street view.

Plaza ubicada en el nuevo centro de la ciudad, como expresaron los palpaleños, aunque no así geográficamente. No se encuentra en el centro de la misma, ni del barrio. Es un factor sintomático que se considere al espacio público, como ser la Plaza 9 de Julio, no solamente como un indicador de calidad urbana sino también como un instrumento privilegiado de la política urbanística para hacer ciudad sobre la ciudad y para calificar las periferias, para mantener y renovar los antiguos centros y producir nuevas centralidades, para suturar los tejidos urbanos y para dar un valor ciudadano a las infraestructuras (Borja y Muxi 2000).

Con respecto a la dimensión tangible del espacio público, podemos decir que el equipamiento de la plaza fue cambiando con los años, puesto que en un principio solo existían los juegos para niños que se encontraban del lado de la calle Catamarca que luego fueron trasladados cerca del paredón, como se encuentran en la actualidad. En un momento contó con mesas de ajedrez y con una fuente de agua, ambos fueron eliminados. La fuente fue removida porque sufrió daños, además jóvenes y personas en situación de calle se bañaban en la misma; en su lugar colocaron una gruta con la imagen de la virgen del Valle²⁹. También cuenta con canteros y bancos. Los vecinos rescatan que esencialmente sigue siendo la misma de hace años, la describen como una de las más antiguas.

Haciendo alusión al nombre evidenciamos su aspecto conmemorativo en honor al 9 de Julio, día de la Declaración de Independencia de la Argentina, decisión tomada por el Congreso de Tucumán que sesionó en la ciudad de San Miguel de Tucumán de las

²⁹ Entrevistado N° 5

entonces Provincias Unidas del Río de la Plata. Con dicha declaración se hizo una formal ruptura de los vínculos de dependencia política con la monarquía española y se renunció a toda otra dominación extranjera. Fue proclamada el martes 9 de julio de 1816 en la casa propiedad de Francisca Bazán de Laguna, declarada Monumento Histórico Nacional en 1941.

Por este motivo, en dicha plaza, podemos encontrar un mural con relieve de la *Casita de Tucumán* y, evidenciando su aspecto conmemorativo, año a año, se lleva a cabo la celebración de este hecho histórico de gran importancia para la identidad de los argentinos, el cual será descripto detalladamente en las páginas siguientes.

En este espacio público la vida colectiva es: el paseo familiar, el encuentro amistoso o romántico, las fiestas tradicionales, culturales y religiosas, los eventos cívicos, el descanso y la contemplación.

La plaza como un lugar de encuentro y desencuentro

La plaza como punto de encuentro distinguido en la ciudad, ha marcado una etapa de los ciudadanos, comúnmente la adolescencia, puesto que pasaban mucho tiempo en esta, donde les sucedían un sinnúmero de hechos destacables. Ponerse de novios/as por primera vez, algunos episodios de violencia con otros jóvenes, vecinos o con la policía cuando procedía a desalojarlos del espacio público, son algunos de los ejemplos que expresaron los entrevistados cuando preguntamos sobre las anécdotas más sobresalientes en dicho espacio público.

Este espacio es de uso colectivo debido a la apropiación progresiva de la gente – que permiten el paseo y el encuentro, que ordenan cada zona de la ciudad y le dan sentido, que son el ámbito físico de la expresión colectiva y de la diversidad social y cultural (Borja y Muxi 2000).

En el periodo analizado, detectamos que los vecinos que *habitan*, en términos de Lefebvre, el espacio son ancianos, adultos, jóvenes y niños (masculino y femenino miembros de familias de [ex] obreros, comerciantes o profesionales), dependiendo del día y horario. Algunas de estas personas la utilizan frecuentemente como lugar de paso para ir a otros destinos, otros como su lugar de trabajo (ventas ambulantes o prestación de servicios), otros para descansar y otros como sitio de encuentro con amigos y

familiares. Si bien la apropiación del espacio sigue siendo en su mayoría por jóvenes, los usos que estos le dan, sus prácticas sociales han cambiado³⁰.

La totalidad de los entrevistados y encuestados apelan a que todo tiempo pasado siempre fue mejor y coinciden en que este es un lugar al que siempre concurrió y continúa concurriendo gente joven, pero el *habitus* de juventud se modificó. Antes, cuando eran adolescentes, solían ir continuamente, era un lugar de recreación y entrenamiento de manera sana, solo se juntaban a charlar, compartir y sabiendo que era un lugar seguro. Las plazas públicas como lugar del peatón para el encuentro, la recreación.

“La plaza era uno de los lugares con mayor convocatoria más que nada en el verano o los fines de semana [...] para la época de las fiestas también me acuerdo que era un punto de encuentro, después de las doce se encontraba todo el mundo [...] Se volvió peligroso estar ahí en la plaza, no porque vaya otra gente sino porque muchas veces pasan o te cruzan [...]. Ya no nos juntamos ahí en la plaza. Hoy en día la gente se junta en otras plazas como el Mirador o el Paseo de las Flores, que son por ahí plazas que están un poquitito mas afuera aunque [...] siempre el fin de semana [la plaza 9 de Julio] tiene convocatoria, o sea no es que no hay nadie [...] pero es una plaza que está siendo dejada de lado”³¹.

Los últimos años ha aumentado el consumo de bebidas alcohólicas y sustancias tóxicas de los adolescentes que *habitan* la plaza. Teniendo en cuenta la Encuesta realizada por La Defensoría del Pueblo podemos decir que, en relación a la muestra se observa que el mayor consumo de bebidas alcohólicas se concentra en el grupo etario de 17 a 20 años (78,61%), seguido por el grupo etario de 21 a 24 años con un 77,69%, en toda la provincia de Jujuy. Esto se debe a que “el alcohol es una sustancia tolerada socialmente y parece la figura necesaria en toda reunión social que tiende a naturalizarse. Al tratarse de una sustancia legal, los adolescentes encuentran aceptación en su grupo de pares y disponibilidad de acceso a las bebidas alcohólicas, fomentada por la publicidad, que en el afán de venta transmite un mensaje vinculándolas al éxito social, la alegría, la belleza, la compañía y la diversión; sin que exista la prevención necesaria en cuanto a las consecuencias que genera, lo que acrecienta los riesgos. En este escenario las familias van perdiendo autoridad en cuanto al control de niños y

³⁰ El trabajo de campo se realizó en mayo, junio y julio de 2015.

³¹ Entrevistado N°3

adolescentes, agudizando esta situación que atenta contra la salud pública y ocasiona problemas físicos, mentales, emocionales, laborales, familiares, económicos, y sociales”³². En este caso, comúnmente generan conflictos y malestar para los vecinos de la plaza haciendo de este un lugar inseguro. Por estos motivos los jóvenes ya no pueden permanecer en el espacio público hasta horas de la madrugada porque la policía los evacua ante las reiteradas quejas de los adultos mayores residentes del barrio³³.

Podemos decir que los espacios públicos convencionales han ido perdiendo su utilidad como espacios de relación y participación acompañados por la obsesión por el control; Freire (Doménico 2009) cree que el control de los responsables políticos y gubernamentales que reduce las opciones de uso: una plaza es un espacio público, pero una plaza con un control estricto de una autoridad deja de ser un espacio público. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la vigilancia no tiene porqué ser un mal, dice Jacobs (Doménico 2009), argumentando que la seguridad en las calles, por vigilancia y mutuo control, suena mal en teoría; en la vida real no es un mal, es central para mantener la apertura y el uso público de las calles. Históricamente esa vigilancia existía gracias a la presencia de comercios y otras actividades en la calle, cuyos usuarios configuran una identidad local reconocible que proporciona seguridad. Hoy muchos responsables políticos consideran el espacio público ideal aquel que se encuentra prácticamente vacío.

La plaza “era un lugar [...] de los más seguros, [...] la convocatoria por muchos años fue la misma, o sea voy a que los grupos de amigos, los que estaban por lo general, eran conocidos. Vos sabías que el fin de semana te lo ibas a encontrar a este o al otro, a mi grupo, y eso lo hacía un lugar tranquilo como para que uno se junte y pase un buen rato, [...] también iba gente que por ahí no era habitual y eso muchas veces generó disturbios internos y entonces para evitar eso preferíamos no ir”³⁴.

Si bien la plaza es un espacio donde se gestan y reafirman identidades, a la vez, es un espacio donde se produce una segregación por la tensión entre esas identidades. Siempre existieron las “picas”, la mayoría de las veces producto de las distinciones socio-económicas entre barrios, los chetos (ricos) y los gronchos (pobres) (Gravano

³² Breve Síntesis del Análisis Social realizado en Resolución N° 0125-JUJ-13 en la encuesta sobre Consumo de Alcohol realizado por la Defensoría del Pueblo.

³³ El trabajo de campo se realizó en mayo, junio y julio de 2015.

³⁴ Entrevistado N°5

2003). En el imaginario de los palpaleños se considera que en el barrio 9 de Julio tanto los que viven, como los que asisten a la plaza, son chetos.

“Antes los que se vestían de determinada forma o algún aspecto por llamarlo, despectivo quizás, ‘villero’, siempre se ponían en un lugar alejado, ni siquiera se quedaban en la plaza, porque nosotros -con mi grupo de amigos-, era del mirador a la plaza, de la plaza al mirador, y ellos siempre se ubicaban en el mirador en la parte más oscura no salían de ahí. Solo pasaban por la plaza. Siempre éramos los mismos, de una misma clase social, del mismo entorno los que íbamos a la plaza, [...] como que decayó bastante [la clase de] personas que van a la plaza no por la situación económica sino por las intenciones que tienen de hacer daño, de no cuidar, porque cada vez se cuida menos todo”, expresa la entrevistada N°4.

Situaciones como las que relatan los entrevistados son las que provocaron que la plaza perdiera su fuerza y su centralidad como espacio cívico y lugar de reunión ciudadana, impulsando a los usuarios a optar por reuniones en ámbitos privados.

El espacio público de la ciudad contemporánea es como la propia ciudad, un espacio de geometría variable que reúne, en función de los parámetros que seleccionemos unos hechos u otros. Esta geometría variable genera relaciones en red entre lugares, barrios, plazas, edificios, ciudadanos, instituciones, corporaciones, etc. Algunos de estos nodos, ni siquiera son fijos en su localización o estables en el tiempo, de ahí que hablemos de geometría variable. Es por eso que en este campo de relaciones encontramos conflictos y soluciones, amenazas y oportunidades (Doménico 2009).

Escenario para la Socialización y el Intercambio

La plaza sirve como un lugar para la comunicación, ya que es un lugar público y abierto, escenario apto para la socialización y el intercambio entre los seres humanos (Muñoz Carrobles 2010).

El espacio público supone reservar un suelo como lugar libre de construcciones (excepto equipamientos colectivos y servicios públicos) y para usos sociales. El uso define la naturaleza del espacio público y no el estatuto jurídico. Este supone dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades. En la ciudad se podrá evaluar el espacio público por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que quedan

facilitadas, por su capacidad de acoger y mezclar distintos grupos, y por su potencial para estimular la identificación simbólica (Segovia 2007).

Los usos sociales que le dan los diferentes grupos etarios:³⁵

Comúnmente, por las tardes se acercan niños al pequeño parque emplazado en uno de los laterales de la plaza, lo toman como punto de encuentro entre vecinos para jugar, tanto en los juegos que están instalados en la plaza, hamacas, sube y baja, como a la pelota. Practican este deporte en la parte trasera de la misma, frente al mural de la casita de Tucumán y al mástil. Se observa constantemente como se acercan los infantes con sus pelotas e invitan a otros a jugar, participan nenes y nenas del barrio y circundantes al mismo.

Grupos de adolescentes que se juntan a charlar, tomar mates o diferentes bebidas; la mayoría de los casos a la salida del colegio ya que es un espacio cercano a instituciones escolares tales como el Colegio Sagrado Corazón de Jesús, institución privada y religiosa arancelada, y la Escuela N° 119 General Savio de nivel inicial y primario, perteneciente a la educación pública estatal.

Las personas adultas o de la tercera edad que salen a caminar, pasear por el barrio o a rezarle a la virgen del Valle, o simplemente pasan para dirigirse a los diferentes centros médicos que hay alrededor de la plaza.

Por las noches se convierte en un punto de encuentro de la juventud que realiza ‘la previa’³⁶, para luego partir a los boliches, o simplemente se juntan a charlar, consumir bebidas, comúnmente alcohólicas, y escuchar música desde sus celulares, motos o vehículos, con volumen elevado. Esto último, se ve claramente en las fiestas de fin de año, navidad y año nuevo, cuando acude una multitud de jóvenes para encontrarse con sus amigos y brindar, organizan una “fiesta pública en la plaza”. Es común ver sobre todo a los adolescentes, tanto a los del barrio como a los de diferentes lugares de la ciudad, acercarse a la plaza después de la una de la mañana aproximadamente, para encontrarse con amigos, conocidos y compartir esta festividad. Se felicitan dándose besos y abrazos. Se puede observar que desfilan con botellas en las manos. Cada grupo de jóvenes se instala en un banco o algún sector de los senderos que hay en la plaza,

³⁵ El trabajo de campo se realizó en mayo, junio y julio de 2015.

³⁶ Término utilizado por jóvenes para designar a una serie de actividades, como juntarse a beber, charlar y deliberar que hacer, previo a concurrir a locales a bailable o fiestas.

ponen música fuerte en los autos o motos, charlan, se ríen, bailan y consumen bebidas con las que hacen brindis. Permanecen en el lugar hasta las siete u ocho de la mañana.

A su vez también algunas veces se generaron enfrentamiento entre jóvenes, entre los jóvenes y los vecinos y, entre jóvenes y la policía, comprendiendo que la violencia no surge como un hecho aislado y espontáneo, sino que es producto de una sociedad caracterizada por la desigualdad y la exclusión social (Laub 2007).

Al ser un barrio con propietarios de viviendas mayores de 60 años, algunas prácticas mencionadas anteriormente realizadas por los jóvenes, son causantes de un gran malestar para los vecinos que se quejan porque no pueden dormir por los ruidos, gritos y la música fuerte proveniente de las motos o automóviles, provocándoles serios problemas a la salud debido a la contaminación sonora.

Tales prácticas infringen la Ordenanza N° 1034/11 que señala: “Queda prohibido dentro de los límites de ejido municipal causar, producir o estimular ruidos innecesarios o excesivos que, propagándose por la vía aérea o sólida, afecten o sean capaz de afectar al público, sea en ambientes públicos o privados, cualquiera fuera la jurisdicción que sobre esto se ejercite el acto, hecho o actividad de que se trate”³⁷.

También se quejan constantemente por la basura que dejan, porque se juntan a ingerir bebidas alcohólicas o consumir sustancias tóxicas, considerando que le quitan el espíritu familiar a dicho espacio, lo desprestigian y no le dan el uso que los vecinos le daban, y solo generan inseguridad. Los vecinos creen que extraños vienen y se apropian de su lugar de encuentro, que los representa e identifica.

El grado o nivel de sociabilidad e integración en los espacios públicos de un barrio sería reflejo de la existencia de confianza colectiva, como así también el grado de encuentros de distintos grupos o actores sociales y la diversidad de usos y funciones en los espacios públicos. La apropiación excluyente por parte de un grupo convierte al espacio en un lugar socialmente estigmatizado o restringido (Segovia 2007).

Escenario para la celebración de eventos

Los usos y costumbres que acontecen en los espacios públicos, sea que tengan el carácter de tradicionales, tendencias generales o de eventos esporádicos, son un

³⁷ Ordenanza N°1034/11. Capítulo 1. Art. 1°. Municipalidad de Palpalá.

excelente termómetro para determinar los grados de integración social, los alcances de los sentidos de pertenencia, las capacidades de apropiación de lo público y los niveles de democracia obtenidos en un barrio, una zona o una ciudad (Segovia 2007).

En la plaza se construye, en el espacio-tiempo, la historia política y social de cada país a partir del uso del espacio en los eventos especiales programados y no programados (González Rico 2010).

9 de Julio, Día de la Independencia Argentina

Tradicionalmente todos los festejos del 9 de Julio inician días previos con el trabajo de los municipales que realizan mantenimiento del espacio público (calles y plaza): barrido de calles y veredas colindantes a la plaza, cortan el pasto, plantan flores, pintan los murales, las paredes, el santuario de la virgen, bancos, canteros y bordes del cordón cuneta de la plaza del 9, además cuelgan banderines en las calles y montan el palco para las autoridades. Visten al barrio de los colores patrios.

Todos los 9 de julio se realiza un acto protocolar organizado por la municipalidad de Palpalá donde se hacen presentes funcionarios públicos, directivos de establecimientos educativos acompañados por los abanderados sus respectivas instituciones, presidente y miembros del Centro Vecinal, invitados especiales, vecinos y la comunidad en general.

Al finalizar el mismo, se da inicio al desfile cívico en la Avenida Juan José Paso, una de las arterias principales de la ciudad. Durante el desfile, la Red de Mujeres Solidarias saca mesas a la vereda de su sede para ofrecer a las personas un desayuno para compartir y una escarapela (ver Anexos 2 - Galería fotográfica 2). Los vecinos, miembros del CV, realizan actividades similares a la institución mencionada, por eso cuando concluye el mismo la comunidad es invitada a retornar a la plaza porque los aguarda un chocolate caliente o mate cocido con tortillas o bollos.

Además, en esta oportunidad en horas de la tarde y noche, la plaza cumplió con su vocación comercial dado que en uno de los laterales de la misma se colocaron unas carpas blancas donde artesanos locales exponían y vendían sus productos mientras se desarrollaba un festival folklórico organizado por el Centro Vecinal del barrio junto a la Dirección de Cultura de la Municipalidad Siderúrgica.



Figura 5: Mural de la Plaza 9 de Julio, antes y después del 9 de Julio del 2015.

Día de la Virgen del Valle.

Diariamente los ciudadanos que pasan por la plaza se acercan a saludar a la Virgen, patrona del barrio, algunos solo se persignan, otros se detienen unos minutos a rezar. Todos los 8 de diciembre, día de la Virgen del Valle, retocan la gruta³⁸, que por cierto fue construida por los residentes del barrio, para la posterior celebración donde los vecinos profesantes de la religión católica se acercan a brindarle unas oraciones de agradecimientos y peticiones, a prenderle una vela o llevarle flores (ver Anexo 2: Galería Fotográfica).

Otros eventos que tienen lugar son el día del niño, donde el CV -al igual que la Red de Mujeres Solidarias- realiza actividades de entretenimiento, contrata un show de payasos, realizan chocolateadas y obsequian dulces para agasajar a los más pequeños; y el día de la mujer.

Espacio de la educación social y tolerancia

Como dice Lofland (Doménico 2009), la ciudad, en especial la gran ciudad, es una escuela de cosmopolitismo y de aprendizaje de valores cívicos. Es en los espacios públicos que se expresa la diversidad, se produce el intercambio y se aprende la tolerancia. La calidad, la multiplicación y la accesibilidad de los espacios públicos

³⁸ Es un lugar parcialmente cerrado que contiene y protege objetos de culto y santidad.

definirán en buena medida el progreso de la ciudadanía, expresa López De Lucio en Doménico (2009). Para los que habitan la plaza 9 de Julio, este es un espacio que comunica valores como la amistad, solidaridad y respeto, valores que contribuyen para que conserven una relación armoniosa en el espacio.

Segregación espacial en la Plaza

Desde Durkheim en adelante, la tradición sociológica ha considerado la ciudad como “el lugar de la máxima intensificación de los lazos sociales”, identificación que nos muestra claramente las desigualdades patentizadas en los diferentes usos de los espacios urbanos. No es lo mismo vivir en el centro que en la periferia; y en la periferia se puede vivir en una casa humilde o en un barrio privado. La ciudad es el espacio de los cruces físicos y sociales, de grupos y sociedades. Lugar de luchas, contradicciones y mestizajes (Cabrera en Laub 2007).

La plaza 9 de Julio, sirve como un lugar para la comunicación entre los colectivos que *habitan*, en términos de Lefebvre, ya que es un lugar público y abierto, escenario apto para la socialización y el intercambio entre los seres humanos (Muñoz Carrobles 2010). Al estar situada en el nuevo centro de la ciudad se encuentra con estos cruces sociales entre los grupos que *habitan la plaza* y los que *quisieran habitarla*.

Comúnmente sucedía que los miembros de los grupos que hacían uso y apropiación del lugar de manera regular, en menor porcentaje eran personas que vivían en el barrio, en gran medida personas que tienen parientes residentes en el barrio y/o viven en barrios colindantes a la misma, y en porcentajes casi nulos, los que vivían en barrios alejados, periféricos. Entre sus aspiraciones colectivas estaba la necesidad de robustecer aquello que es común. La existencia de aspiraciones colectivas, junto a los niveles de confianza y asociatividad, constituyen ingredientes del capital social determinantes en la calidad de la vida de las personas y comunidades. En este contexto, una mayor y mejor convivencia social está vinculada estrechamente a la demanda de apropiación ciudadana y colectiva del espacio público (Neira 2007).

En este espacio público, los grupos, identificados alrededor de siete, que concurrían cotidianamente acostumbraban a apropiarse cada uno de un sector, particularmente de un banco, que lo consideraban propio, pero también dejaban zonas libres para personas ‘extrañas’ a la plaza que quisieran frecuentar esporádicamente.

Estos grupos tenían un *ethos* común, donde existían códigos implícitos entre ellos como el reconocimiento y el respeto por el banco de cada grupo.

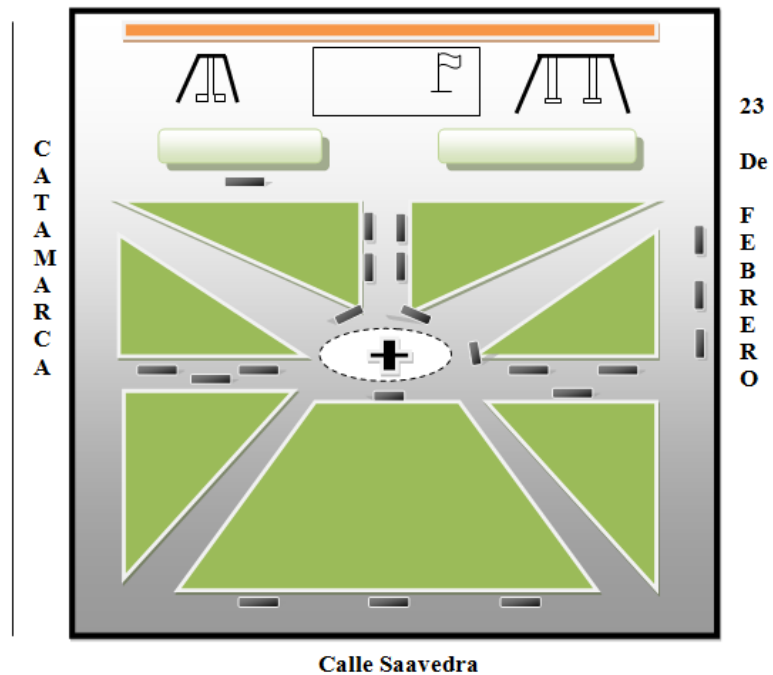


Figura 6: Plano de la Plaza 9 de Julio, 2015.

“Códigos por ahí implícitos, en el sentido de que por ejemplo en lo que es la ubicación de la plaza teníamos nuestro lugar, o sea nuestro lugar de encuentro, es más justo frente a mi casa, vendría a ser frente a la casa de mi vecino, de Bulacios. Ese era nuestro punto de encuentro. Entonces los que llegaban por lo general ya sabían, habían otro grupo que se sentaba el otro lado también siempre en el mismo lugar, algunos al medio, de esa forma [...]. Siempre fue así, los grupos que asistían siempre, eran más que nada de respeto porque con la mayoría te conocías entonces eso hacía que sea lindo estar en la plaza porque sabías que no pasaba nada” nos contaba en Entrevistado N°3.

Claramente vemos como se refleja la segregación espacial en este espacio público asociada a los problemas socioeconómicos. Los grupos minoritarios, tienden a ser segregados a sectores de la plaza menos deseados. En reiteradas ocasiones, esta situación trajo como consecuencia enfrentamientos entre los grupos. Los usuarios cotidianos creen que “la gente que es de afuera, que no es del barrio no maneja los mismos códigos de respeto”³⁹ y no comparten los mismos valores.

³⁹ Entrevistado N°3

La segregación de los usos y el acceso también se había intensificado, lo hizo más aparente las desigualdades sociales (Greenstein, Sabatini y Smolka 2000). Las razones son muchas, hay que ver las variables étnica, las variables socioeconómicas, políticas, etc. y las percepciones objetivas, que existen de unos y otros. Los prejuicios, todos ellos funcionan. Pero igual que no se relacionan los ricos con los pobres, en sitios donde tienen que coincidir, pues en una cola de autobús, o en el mercado, o en muchos otros sitios y no tiene una dimensión étnica. La gente tiende a relacionarse con aquellos iguales o con quienes les puede servir para ciertos propósitos. Tiende, no quiere decir que siempre sea así, pero esas regularidades sociales se cumplen también en los espacios públicos (Martínez M. en Doménico 2009).

“Yo no tenía drama con las personas que vivían en otros barrios pero que concurrían a la plaza, en los grupos que iba si habían chicos del barrio pero la mayoría no eran del barrio eran compañeros del colegio que iban con sus grupos de amigos. Ahora, si es diferente si es un grupo totalmente ajeno al barrio, yo creo que si se sentían invadidos”⁴⁰.

Este esquema de distribución espacial conocido y respetado por los usuarios se vio completamente alterado, los patrones de segregación cambiaron cuando la Intendente interina de la ciudad (según las fuentes consultadas algunos expresan que habría sido en el año 2009, y otras en el 2010), una mañana sorprendió a los vecinos sacando los bancos de la plaza. Los vecinos comentan que la edil actuó sin consultarles a ellos, y por las facultades que el cargo le otorgaba en ese momento, quiso darle solución a las quejas de los residentes colindantes de la plaza por el comportamiento de los jóvenes por las noches especialmente.

Actuó sin tener en cuenta la valoración de lo existente, las relaciones socio-físicas que tenían los usuarios. Si bien, después de un tiempo se colocaron nuevos bancos, ante la indignación de la comuna palpaña, en lugares diferentes, los cuales no representaron nada para los jóvenes. Cuando se vacía los espacios públicos de actividades, entonces de diversidad y complejidad disminuimos su capacidad de albergar las relaciones sociales de los vecinos (Doménico 2009). Estas acciones atacaron la identidad de cada uno de los grupos.

⁴⁰ Entrevistada N°1

El espacio público es el biotopo de lo social, es el lugar convivido donde a base de interacciones simples se teje la compleja maraña de comunicaciones que dan forma a una sociedad (Soroa en Doménico 2009).

Entendemos como espacio público todos aquellos lugares, normalmente urbanos, en los que las reglas están difusas, y se produce una constante negociación entre varias partes para definir lo que se puede y lo que no se puede hacer. Un espacio público no me pertenece a mí, ni tampoco al que se sienta a mi lado en un banco, pero a la vez es de ambos y de ninguno de los dos (Doménico 2009). Es en este que se expresa y se aprende en forma privilegiada la alteridad y la tolerancia a la mixtura social y cultural (Segovia 2007). El capital social solo se ve fortalecido si las personas comparten algo en común. (Neira 2007).

La plaza como símbolo identitario

El espacio público también tiene una dimensión socio-cultural. Es un lugar de relación y de identificación, de contacto entre la gente, de animación urbana, a veces de expresión comunitaria. La dinámica propia de la ciudad y los comportamientos de su gente pueden crear espacios públicos que jurídicamente no lo son, o que no estaban previstos como tales, abiertos o cerrados, de paso o a los que hay que ir. Puede ser una fábrica o un depósito abandonado o un espacio intersticial entre edificaciones. Lo son casi siempre los accesos a estaciones y puntos intermodales de transporte y a veces reservas de suelo para una obra pública o de protección ecológica. En todos estos casos lo que defina la naturaleza del espacio público es el uso y no el estatuto jurídico (Borja en Doménico 2009).

Es importante destacar el lazo entre los grupos y el espacio público, las relaciones socio-físicas. Castells (1974), dice que el espacio se constituye como expresión de la identidad, de lo que yo soy, de lo que yo vivo, de lo que yo sé y de cómo organizo mi vida en torno a ello. Como mencionamos con anterioridad, existen grupos de jóvenes que se sentían y continúan sintiéndose identificados con la plaza 9 de Julio, a pesar de que su concurrencia actualmente al mismo sea escasa. Tanto es el sentimiento de pertenencia que tienen hacia este espacio público que incluso existen grupos que se autodenominan haciendo alusión a la plaza, esto se debe a que personas que concurrían frecuentemente sienten un fuerte arraigo porque es un lugar donde pasaron mucho tiempo y tienen demasiadas vivencias compartidas.

Los grupos identificados fueron:

- *La plaza del 9*
- *Las (perso) del 9*
- *Los TVT*
- *Los Sopletes del 9*
- *Los chicos del 9*
- *Los Depto*
- Otros identificados pero sin un nombre particular.

Nos detendremos particularmente en los grupos que se llaman como el espacio público en cuestión o haciendo referencia a éste, *la plaza del 9*, *los chicos del 9* y *los solpletes del 9*, integrado solo por hombres, también están *las (perso) del 9*, conformado por mujeres. Ninguno de los grupos contiene en su totalidad miembros que vivan en el barrio 9 de Julio. Para Barth citado en Grimson (2000), un grupo es, antes que nada, una forma de organización social en las cuales los participantes por sí mismos hacen uso de ciertos rasgos culturales de su pasado, un pasado. Estos rasgos culturales que son postulados como emblemas externos (vestimenta, lengua, etc.), o incluso como valores fundamentales, pueden ser tomados de la propia tradición, de la de otros grupos o, simplemente, pueden ser creados.

Los grupos señalados anteriormente utilizaron al espacio público como símbolo identitario, y continuamente se demuestran miembros de tales que referencian directamente al lugar, a la plaza 9 de Julio. Carrión, citado en Neira (2007) expresa que el espacio público puede ser simbólico, es decir de representación y pertenencia, y simbiótico si contribuye a la vida en común. “Y para mi digamos, no porque sea de la plaza del 9, pero no conozco otro que estén identificados con su plaza, o sea al ser un barrio chico, una linda plaza y con historia mucha gente se identificó de esa forma, más los que somos del barrio. Eso hizo que uno la sienta más y se identifique, que creo que no veo en otros barrios que pase eso. Que se yo... la plaza de Paso de Jama (barrio) por ejemplo, pero yo calculo que no está el grupo que se crió y sigue estando en la plaza. En el caso de nosotros si pasaba y si pasa eso, de estar identificado con la plaza del 9”, comenta un joven del grupo *la plaza del 9* (Entrevistado N°3).

La identidad para Iñiguez (Capuano, Lucilli y Szwarc 2008) es un dilema entre la singularidad de uno/a mismo/a y la similitud con los/as otros, entre la especificidad de

la propia persona y la semejanza con los/as otros, entre las peculiaridades de nuestra forma de ser o sentir y la homogeneidad del comportamiento, entre lo uno y lo múltiple.

Los miembros de estos grupos utilizan el número 9, por la plaza 9 de Julio, por ejemplo en las direcciones de correos electrónicos o en las cuentas de las redes sociales (facebook, instagram y twitter), también en banderas para cuando van a recitales o asisten a la cancha de AHZ. Además, cuentan con el equipo de futbol barrial *la plaza y los chicos del 9* (ver Anexo 2 Galería Fotográfica 4).

“Nos identificamos con la plaza 9 de Julio, ahí crecimos todas. Nosotras empezamos a ir hace diez años [...] todavía nos identificamos así, como *las del 9*. Tenemos un grupo en el whatsapp que se llama *las del 9* y todos los días nos escribimos y sigue estando, seguimos existiendo por la plaza, [...] seguimos unidas”, comenta una integrante del grupo *las (perso) del 9*⁴¹. Algunos miembros de estos grupos que son residentes del barrio no comparten que los miembros, de los otros grupos, que no son del barrio se identifiquen con la plaza o como el numero 9, pero si lo toleran interiormente en su grupo. Para Goffman la identidad surge de una negociación que tiene lugar cuando interactuamos, pero que es resultante al mismo tiempo de la estructura social que envuelve a dicha interacción (Capuano, Lucilli y Szwarc 2008).

Ningún grupo y ninguna persona tienen una identidad, ninguno de ellos tiene una esencia. Las personas y los grupos se identifican de ciertas maneras o de otras en contextos históricos específicos y en el marco de relaciones sociales localizadas. Por ello, el primer momento de toda identificación es su carácter relacional: al mismo tiempo que establece un ‘nosotros’ define un ‘ellos’. La nación, el género, la clase, la raza, la etnia, pueden construir en diferentes contextos de interacción parámetros perceptivos que definen relaciones sociales entre ‘nosotros’ y los ‘otros’ (Grimson 2000).

Un integrante del grupo *La plaza del 9* cuenta que “siempre eran los cruces, los enfrentamientos con los del 9 de julio porque se decía que eran, como decía mi papá la nariz parada, que para mi nada que ver. En el caso de nosotros también nos ha pasado que sin llegar a conocernos nos titulaban como vos sos de la plaza del 9, vos sos del 9 de julio, vos sos un careta y siempre se armaba de esa forma. Yo creo que en su momento iba un grupo conocido de gente (los otros) [...] que por ahí iba de afuera o

⁴¹ Entrevistada N°2

pasaba y que quizás no por un cierto recelo o vaya a saber cómo [...] generaba esos disturbios, pero por lo general siempre era un grupo tranquilo de gente”⁴².

La plaza es un campo de interlocución y caja de herramientas identitarias. Cualquier grupo humano y cualquier persona se encuentran, en un contexto espacio-temporal determinado, dentro de un campo de interlocución específico. Un campo de interlocución es un marco dentro del cual ciertos modos de identificación son posibles mientras otros queden excluidos. Las sociedades comparten esa caja de herramientas, conjunto de categorías creados por una sociedad, y los sentidos de cada una de esas son objeto de disputa en la lucha social, el ser de “afuera”, no ser del barrio puede tener una carga negativa en los discursos de los usuarios de la plaza que si son del barrio 9 de julio (Grimson 2000).

Consultamos residentes de los barrios colindantes como ser San Ignacio, 11 de Octubre y Santa Barbaba, a los de “afuera”, para saber que opinan de las personas del barrio 9 de julio y algunos creen que “es un barrio lindo, [...] el ambiente es muy cálido, las personas se conocen, los vecinos son muy cálidos⁴³”, otros los califican como “gente mayor con todas sus mañas propias de la edad que ni a sus propios nietos aguantaban en la plaza”⁴⁴, también comenta un encuestado que “9 de julio era considerado un lugar de ‘chetos’, pero la verdad de eso tenía muy poco. Los que tenían plata se iban a Jujuy pero bueno habían grupos que eran considerados así”.

Las fronteras de los grupos étnicos que analiza Barth no eran fronteras espaciales, sino entre distinciones colectivas de grupos sociales y la distribución de rasgos culturales. Señala que las fronteras eran situaciones y no primordiales, que la comunicación y el contacto entre los grupos no implicaba una tendencia de homogeneización y que la etnicidad puede ser mejor comprendida. Las fronteras entre grupos no son naturales ni esenciales; la convivencia cotidiana de diferentes grupos no se traduce necesariamente en fusión o asimilación, sino que la propia dinámica de la interacción cotidiana plantea en muchos casos un crecimiento de roces y los conflictos. Las identificaciones diferenciales que surgen y se negocian en estos procesos vinculan a intereses de grupos y a sus necesidades de organización social (Grimson 2000).

La plaza es un espacio que marca sobre todo la adolescencia de las personas que se apropian de ella. Este sentimiento es expresado por usuarios del barrio y por los que

⁴² Entrevistado N°3

⁴³ Entrevistada N°4

⁴⁴ Entrevistada N°1

viven en otros barrios de la ciudad, a pesar de que estos últimos tienen plazas cercanas a su domicilio no concurren y si lo hacen era ocasionalmente o solo como un lugar de paso, sin generarles ningún tipo de efecto. No es el lugar el que congrega, sino la intensidad de sentido depositada por el grupo lo que convierte a una esquina, una plaza, una discoteca o a un descampado, en territorio propio (Laub 2007). En términos culturales, lo local y los lugares se convierten en una trinchera de identidad.

La plaza 9 de Julio fue considerada por muchos años como ‘plaza central’ de la ciudad, dado que era, y continúa siendo un lugar de encuentro de los palpaleños, pero sobre todo de jóvenes. Es un espacio para la socialización y el intercambio, donde se celebran eventos en los cuales participan diferentes instituciones, que suelen trabajar en conjunto.

Es importante destacar las relaciones socio-físicas que mantienen los usuarios con la plaza. Este es un espacio de uso colectivo, donde los grupos que concurren habitualmente comparten valores como la amistad, solidaridad y respeto; y códigos, es decir acuerdos implícitos sobre el uso y apropiación de los bancos, lo cual genera encuentros y desencuentros entre los actores sociales como consecuencia de las diferencias socio-económicas que producen una segregación espacial en la plaza.

Esta situación genera conflictos entre estos actores, además, estos grupos de jóvenes que asisten comúnmente, provocan contaminación sonora y ambiental, por lo tanto la convierten a la plaza en un lugar inseguro según los testimonios recabados. Estas son algunas de las causas que ocasionan constantemente las quejas de los vecinos, que también protagonizaron enfrentamientos con los usuarios del dicho espacio público.

Por la concurrencia y las diferentes prácticas sociales que se realizaban en la plaza, esta se convirtió en un símbolo identitario para diversos grupos juveniles, que tuvo inicio en la adolescencia y continúan hasta la actualidad. Gracias a esto y, en especial las prácticas comunicativas, podemos decir que la plaza es un espacio comunicativo.

CAPITULO 5

Comunicación Urbana

Hemos visto en capítulos anteriores, como el espacio público se puede entender como el espacio de la comunicación. Algunos teóricos han pensado que una forma de estudiar este espacio es entender cómo funcionan los procesos de comunicación. Sin embargo es evidente que no se los puede comprender estudiando sólo los medios, cuando lo que los medios hacen, lo que producen en la gente, no puede ser entendido más que en referencia a las transformaciones en los modos urbanos de comunicar, a los cambios en el espacio público, en las relaciones entre lo público y lo privado que produce una ‘nueva’ ciudad hecha cada día más de flujos, de circulación e informaciones pero cada vez menos de encuentro y comunicación (Doménico 2009).

Hanna Arent, citada en Aripini, A.; Albarracín, D.; Gabriele, A.; Giménez, G.; Lobos N. (2005), señala que lo público es el ámbito de la acción y el discurso que hacen al ciudadano virtuoso y razonable. Lo público está ligado al ejercicio de la libertad y la comunicación. La gente con sus prácticas sociales, las empresas con sus actividades comerciales, las calles -con sus fachadas, mobiliario, vidrieras, publicidad, transportes- y los espacios verdes, etc., constituyen el soporte físico de la comunicación urbana.

La comunicación cobra plena vigencia y se convierte casi en una necesidad para comprender toda la diversidad de procesos y tejidos sociales desarrollados en la ciudad. Por toda la complejidad que ésta encierra y dada la importancia que implica interpretarla e intervenir en sus dinámicas es que “la ciudad necesita múltiples lecturas [...] debemos estar preparados para decodificar, debemos contar con los instrumentos necesarios para resistir al discurso hegemónico, decodificarlo críticamente. [Por ello] descifrar los procesos comunicacionales es esencial” (Benach y Sánchez en Astudillo 2011).

Lo que comunica cuando enmudece ante ciertas realidades evidentes e innegables, lo que termina “diciendo” cuando intenta silenciar o invisibilizar a determinados sectores o actores sociales que cada vez están más presentes y por lo tanto más “visibles” en la ciudad. Quizás el escenario más explícito para estos cruces e intercambios sean las plazas de mercado donde se da toda una mezcla de etnias, costumbres, lenguajes y culturas (Astudillo 2011).

Las plazas son lugares de encuentro fortuito, de la charla informal, de la conversación, “un multimedia de mensajes y sentidos, de ruidos y silencios, de imágenes y palabras” (Laub 2007), donde las personas comparten códigos, creando sus propias matrices comunicacionales. Los grupos marcan de forma identitaria sus ritmos de agregación, sus cadenas de encuentros y los espacios que ocupan.

Peñalta (2010) recupera las palabras de Barthes:

“La ciudad es un discurso, y este discurso es verdaderamente un lenguaje: la ciudad habla a sus habitantes, nosotros hablamos a nuestra ciudad, la ciudad en la que nos encontramos, sólo con habitarla, recorrerla, mirarla. Sin embargo, el problema consiste en hacer surgir del estadio puramente metafórico una expresión como *lenguaje de la ciudad*”. (Barthes 1997: 260-261)

De esta manera, cree que podríamos esbozar un esquema comunicativo en el cual la ciudad es un mensaje, escrito en un código determinado, que debe ser interpretado por el lector o habitante de la ciudad.

Esta realidad comunicacional, generada a través de productos colectivos que aparecen en la trama comunicativa por múltiples mensajes emitidos recursivamente por los distintos actores sociales, repercute en la estructura espacial-temporal de la ciudad a través de diversas modalidades de uso y apropiación del espacio público.

Plaza-Comunicación

Se tomo la teoría de Buendía Astudillo, A. (2008) que trabaja con la triada lenguaje–comunicación–educación en relación a la ciudad centrando su discusión en el *discurso de, sobre la ciudad y los discursos alternativo*, el cual debe entenderse como un proceso comunicativo complejo; la misma será aplicada en la relación plaza-comunicación donde sus componente responden a las dinámicas en tensión que se dan en dicha relación. Por lo tanto analizamos los discursos que se dan en torno a este espacio público.

Trabajamos aquellos enunciados que se originan en: la oficialidad de actos legislativos o normativos con respecto a la ciudad, los testimonios de los vecinos que hacían o hacen uso de dicho espacio público como así también de Funcionarios Municipales, además se tuvo en cuenta fotografías de los graffitis plasmados en los muros de la plaza, puesto que nos interesa comprender lo que nos comunican, qué se comunica en ella y cómo repercute en la estructura espacial-temporal de la ciudad a

través de diversas modalidades del uso y apropiación del espacio público, lugar por excelencia de la enunciación, circulación y consumo de los discursos.

El estudio de esta plaza y sus usos sociales nos permitió reflexionar acerca de como organizamos nuestro hábitat y cómo nos comunicamos cotidianamente en la vida urbana.

Discurso de la Plaza

Este discurso hace referencia a la ciudad como sujeto emisor, en este caso a la plaza, como actor comunicativo que se pronuncia. Un ejemplo de este tipo de discurso son aquellos enunciados que se originan en la oficialidad de actos legislativos o normativos con respecto al espacio público, una suerte de “voz oficial” de la urbe sobre determinados temas: uso del espacio, reglamentación urbana, sanciones disciplinarias, estímulos y exaltaciones a nombre de la ciudad, etc. (Astudillo 2008), tales como La Carta Orgánica Municipal, Ordenanzas, Estatutos y testimonios de Ediles.

El *discurso de la (ciudad) plaza*, que en principio es institucional, tiende a ser también oficial; es decir, se enuncia desde la autoridad, conferida ésta por un contexto legal. Este discurso, generalmente normativo, le apunta a regular comportamientos, puesto que en una ciudad habitan muchas personas y es necesario garantizar una convivencia armónica de los mismos.

Como mencionamos en el capítulo inicial, la ciudad de Palpalá había crecido y desarrollado su trama urbana de una manera irregular por la falta de una planificación en concordancia con el medio, luego, ante esta situación se configuró el Código de Ordenamiento Territorial y Uso de Suelo, ordenanza N°284/92, para poner un poco de orden a este caos, el cual no tuvo realmente el efecto y aplicación que podría haber alcanzado. “En el Plan Regulador o Plan de Ordenamiento se tomarán los recaudos necesarios como la zonificación del territorio municipal, la planificación urbanística, estableciendo el trazado urbano, el máximo aprovechamiento del suelo especialmente en zonas con infraestructura instalada, determinación de zonas de viviendas y de establecimientos industriales, áreas libres y espacios verdes, el sistema vial y la circulación por vías de acceso y salida de la ciudad que sean rápidas y simples y estén dotadas de seguridad y señalización entre otras medidas”⁴⁵.

⁴⁵ Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy. Capítulo Séptimo. Urbanismo, Planeamiento e Intermunicipalismo. Artículo 149º: Urbanismo y Planeamiento.

“Nosotros tenemos actualmente un Código de Planificación que ya esta caduco porque es de 1999, había también un Código Urbano que marco las áreas o zonifico el ejido municipal. Hoy se está trabajando junto al Gobierno de la Provincia, (marzo del 2016), lo que es un nuevo ordenamiento territorial ambiental y un código de planificación que de acuerdo al crecimiento que está teniendo Yala, San Salvador de Jujuy y Palpalá, sobre todo por cómo se han acercado o acortado las distancias y por la relación que tenemos con esos municipios” comenta el Director de Estudios y Proyectos de la Municipalidad de Palpalá⁴⁶.

Le corresponde al Concejo Deliberante con respecto a Obras y Servicios Públicos-Planeamiento-Vivienda “reglamentar la concesión, el uso y ocupación de los espacios públicos y el subsuelo por el tiempo determinado, y las condiciones y requisitos para la autorización del uso y destino de los de propiedad privada con fines lucrativos o destinados a actividades generales”; “gestionar o autorizar la construcción, conservación y mejoramiento de los edificios y monumentos públicos, paseos, plazas, parques, vías de tránsito, puentes y demás obras de urbanización secundaria que le correspondan al Municipio y que no se encuentren previstos en el Plan o Programa de actuación permanente”⁴⁷ y “por ninguna razón podrá modificarse el destino de las áreas verdes o libres públicas, pues constituyen bienes del dominio público del Estado Municipal [...]”⁴⁸.

“Los espacios verdes o libres públicos de un núcleo urbano serán dimensionados en base a la población potencial tope establecido por el Plan de Ordenamiento para el mismo, adoptando un mínimo de diez metros cuadrados de área verde o libre por habitante. Dentro de esta superficie, deberá computarse las plazoletas, plazas y parques públicos, ya sean comunales o regionales”⁴⁹.

“La Municipalidad podrá erigir o autorizar en lugares públicos la erección de estatuas o monumentos de personas acontecimientos determinados relacionados con la historia de nuestro pueblo; dar nombre a calles, plazas, paseos o lugares o cambiar el nombre de los mismos; cuando la elección recaiga en nombre de próceres o

⁴⁶ Entrevistado N° 8

⁴⁷ Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy. Capítulo Tercero. Sección Tercera. Facultades. Artículo 50°, c) Obras y Servicios públicos-Planeamiento-Vivienda.

⁴⁸ Código de Ordenamiento Territorial. Ordenanza N° 284/92. Sección N° 7, Uso, Ocupación, Sub-División y Equipamiento del Suelo. 7.4 De la Reestructuración dentro del Área Urbana, 7.4.5.

⁴⁹ Código de Ordenamiento Territorial. Ordenanza N° 284/92. Sección N° 4, Fraccionamiento de Tierras. 4.7 De la Delimitación y Dimensionado, 4.7.5.

prohombres, jujeños, argentinos o latinoamericanos, quedan prohibido cuando se trate de personas vivientes”⁵⁰.

Por ejemplo, el edil sostiene que “Es necesaria que [la intervención territorial] sea normativa ya que te da los marcos legales y los procedimiento para la implementación de la práctica, o sea, si o si tenemos que, en las mesas de concertación, en estas mesas de trabajo intervenir para hacer efectivo normativa y legal para desde allí con esos ejes rectores podamos instrumentar junto al equipo de trabajo de Jujuy y Yala comenzar con la practica ya en la intervención urbana [...]. Específicamente hoy se está hablando del ordenamiento territorial y ambiental, eso hace a poder armar los espacios teniendo en cuenta los impactos que pueden, y que antes no se tenían en cuenta con respecto a la localizaciones, ya sea de las viviendas en su aspecto sanitario, desagüe primario como también de otro equipamiento de industrias o comercios que puedan generar impacto ambiental. También hace la degradación verde, lo que significa asentarnos nosotros con infraestructura que quitemos arboles por ejemplo que hacen sombra y no solamente al recambio de oxígeno. Por eso si, hoy abordamos el ordenamiento territorial con fuerte componente ambiental”⁵¹.

La Carta Orgánica Municipal contempla en el Art. 143 inciso 4 “La Municipalidad, como medio de purificación del aire deberá implementar en todo el ejido municipal, una política que tienda a: [...] arbolar las avenidas, calles, plazas, paseos, espacios verdes y todo otro lugar de esparcimiento”, por ejemplo el Programa de Forestación Urbana donde “los actores principales de la ejecución de este Programa son: a) Empresas e industria del Departamento de Palpalá; b) Las escuelas primarias y secundarias de Palpalá; c) Municipalidad de Palpalá; d) Tercer sector: Centros Vecinales, Clubes, asociaciones, fundaciones, cooperativas, entidades religiosas, entidades gremiales, mutuales, asociaciones profesionales”⁵² y, “la Municipalidad de Palpalá dispondrá del personal necesario para el cultivo y cuidado de las especies arbóreas”⁵³. Fue común escuchar entre los entrevistados y encuestados que la plaza esta ‘abandonada’, precisan que vuelva la figura del placero, ya que de otra manera solo se le hace mantenimiento y restauración antes de la fecha conmemorativa al 9 de Julio.

⁵⁰ Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy. Capítulo Segundo. Título Segundo. Acción Municipal. Capítulo Único. Artículo 17º: Otras facultades.

⁵¹ Entrevistado N° 8

⁵² Ordenanza N° 1033/11. Art. 5.

⁵³ Ordenanza N° 1033/11. Art. 6, inciso C.

Los actores sociales, al hacer uso y apropiación del espacio público tienen que respetar las normas ambientales que rigen, de lo contrario sucederá como en el caso de la plaza 9 de Julio, donde constantemente los vecinos tienen conflictos con los usuarios del espacio porque no lo cuidan, consideran que solo lo contaminan (ruidos y residuos), y por lo tanto realizan sus quejas ante las autoridades correspondientes para poder gozar de un espacio saludable dado que, “el Municipio en materia de policía municipal, y a través de los organismos correspondientes, es competente en: a) seguridad: la vigilancia del cumplimiento de las normas de construcciones urbanas, puentes, ruidos molestos, control del medio ambiente y todo lo relacionado con esta materia; b) higiene y salubridad: la vigilancia en mataderos, frigoríficos, venta de embutidos, bebidas y mercaderías de consumo, policía sanitaria, mortuoria y domiciliaria; c) moralidad y buenas costumbres: el control de los espectáculos públicos, casas de baile y revistas, juegos de azar, embriaguez, prostitución, drogadicción, estupefacientes y maltrato de los niños”⁵⁴.

Con respecto a la cuestión social, cultural y deportiva “El Centro Vecinal podrá desarrollar actividades sociales, culturales y deportivas, tendientes a lograr el fortalecimiento del espíritu de unión de los asociados, manteniendo relaciones con las demás instituciones similares, locales y del país”⁵⁵, se manifiesta en el Estatuto del CV del barrio 9 de Julio. Esta entidad es la encargada de los festejos del 9 de Julio en la plaza, trabajando en conjunto con la Municipalidad de Palpalá; agasajos por el día del niño, día de la Madre, entre otros, como relatamos con anterioridad.

El Buendía Astudillo (2008) sostiene que este tipo de discurso ejerce poder sobre los ciudadanos en la medida en que proscribiera ciertas formas de actuar y exalta otras. Enuncia lo que se puede y lo que no se debe hacer como ciudadano, y enmarca estas regulaciones como derechos y deberes. Como discurso oficial se apela a este tipo de normas bajo la premisa de que éstas propician una mejor calidad de vida para todos. La reglamentación, como tal, es una suerte de moldeamiento del poder a partir de consensos establecidos y legitimados por medio del aparato jurídico y legal.

Discurso sobre la Plaza

⁵⁴ Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy. Capítulo Sexto. Policía Municipal. Artículo 147º: Competencia y atribuciones.

⁵⁵ Estatuto del Centro Vecinal y Fomento 9 de Julio de Palpalá-Jujuy. Cap. 8. Art. 65º.

Del otro lado, *el discurso sobre la plaza*, que bien puede basarse y partir del anterior (*discurso de la ciudad*), le apunta a hablar de la ciudad en términos referenciales; es decir, no es la ciudad la que (se) enuncia sino sobre la que se habla. Este discurso habla “por” y “sobre” la ciudad. El ejemplo más notorio de este tipo de discurso es el empleado por la industria turística, cuya tendencia es apelar a lemas, imaginarios sociales y tradiciones (populares o de élites). Este discurso se basa generalmente en la historia y no en la formalidad de una norma jurídica (Astudillo 2008).

El *discurso sobre la plaza* responde a una lógica publicitaria que de una u otra manera busca incidir en los ciudadanos, pero no desde la coacción sino más bien desde la persuasión.

Reiterando que la ciudad no se conformó como habitualmente sucedía en otras ciudades de la provincia, donde su centro se gestaba alrededor de una plaza central, al estilo colonial, sino en torno a la fábrica AHZ, la mayoría de los encuestados y entrevistados reconoce que la plaza de 9 de julio solía ser central en la ciudad, de las más antiguas y la que se encuentra en buen estado, incluso mejor que otras que fueron construidas hace un par de años. En la actualidad identifican a la plaza AHZ como central y a la ‘del 9’ como uno de los puntos de encuentro de Palpalá, a pesar de esto, ellos sostienen que cuando algún ciudadano palpaleño dice “vamos a *la plaza*”, “nos encontremos en *la plaza*”, todos comprenden que se hace referencia a la plaza de 9 de julio y no a otra de las tantas que existen en dicha localidad. Esto le da cierto status al espacio, y se debe a que varias generaciones tienen vivencias, anécdotas y recuerdos de este espacio. Por este motivo, la identidad palpaleña se ve extremadamente arraigada a este espacio público y su historia.

Esto ocurre porque “El ser humano necesita apropiarse del espacio mediante el lenguaje y por ello, va creando los nombres de los lugares o topónimos: esto no podía ser una excepción en el caso urbano y por ello junto a los nombres oficiales de las calles, plazas o poblaciones tenemos ejemplos de topónimos populares” (Peñalta Catalán y Muñoz Carrobles 2010).

“La plaza como símbolo de lo público, como reanimación del cuerpo social, oxigenando los pulmones donde la ciudadanía respira identidad”. El espacio público ha sido entonces, por su propia constitución, un elemento determinante del principio de realidad de la persona (Laub 2007).

Cabe destacar que *el discurso sobre la plaza* puede variar más que el *discurso de la plaza*, al fin y al cabo está regido más por dinámicas sociales y mercantiles, pero dicha variabilidad no se distancia mucho de los elementos que le sirven de referencia.

Discursos Alternativos

Buendía Astudillo (2008) expresa que el espacio público es el lugar por excelencia de enunciación, circulación y consumos de los discursos. También es el lugar donde se evidencian los marginamientos y las exclusiones por aquello que se visibiliza y por lo que no. En la exclusión y desde lo marginal se gesta lo disidente que emerge como resistencia. Aquí se enuncian *discursos alternativos*; éstos dejan ver otra ciudad y otros ciudadanos que el discurso oficial ha invisibilizado.

La comunicación alternativa surge como alternativa a los medios hegemónicos y con vocación contra hegemónica. A veces lo alternativo es visto como algo pequeño y marginal (Kaplan 2007).

La estrategia de los discursos emergentes consiste muchas veces en plantearse como contra-discurso a partir del discurso oficial. En otras ocasiones se apela a la trasgresión de la norma como forma de resistencia al poder. Los *graffitis* y los *stencil* en las paredes; la sobre-escritura en las señales de tránsito y en las placas conmemorativas; y la intervención sobre estatuas y monumentos son un buen ejemplo de estas resistencias. La resistencia también se plantea como un accionar sistemático y planeado, en otras oportunidades son más bien formas coincidentes de oposición a las normas, al poder y las voces hegemónicas (Astudillo 2008).

El graffiti irrumpe lo cotidiano, transformando lo homogéneo en diferente, eso entendido por la experiencia semiótica (semiosis), la intervención – interacción – se da en la forma de acción que modifica y altera por la producción de nuevos significados (relación triádica). Así, la ciudad (vivencia urbana) es recreada en la proyección y dinámica interpretante proponiendo otras pautas y soportes de comunicación (el muro). Debe, por tanto, existir un intérprete de ese signo que no es un montón de tinta sobre algo (cualquier existencia individual), sino un hábito de interpretación que consiste cabalmente en que determinadas manchas de tinta tendrán efectos sobre la conducta mental (self) y corporal del intérprete (Russi 2013).

El análisis de los graffitis localizados en la plaza 9 de Julio, se realizó a partir del texto: La estética del graffiti en la sociodinámica del espacio urbano. Orientaciones para un estudio de las culturas urbanas en el fin de siglo, de De Diego Jesús (1997). La consideración del graffiti en este trabajo se limitó a las obras pictóricas realizadas con pintura en spray sobre soportes diversos, siempre relacionados con espacios públicos. Gadsby, (citado en De Diego 1997), expresa que la palabra graffiti es utilizada actualmente para referirse a cualquier escritura mural (wall writing), imágenes, símbolos o marcas de cualquier clase y en cualquier superficie, sin importar la motivación del escritor. Chalfant (De Diego 1997) relaciona al término graffiti como forma artística y Giller (De Diego 1997) dice que el graffiti se convirtió en una exitosa estrategia utilizada por la cultura marginada para hacerse oír.

El primer entorno en el que el joven escritor vive y desarrolla sus actividades es el de la calle y el de su barrio. Allí deja sus primeras señales.

Según el *tipo* de obra, estos pueden ser:

1. - Exhibitoria fija. Situación en un lugar de alta visibilidad y de tránsito lento, accesible a cualquier espectador.
2. - Exhibitoria en movimiento. La obra de graffiti ha sido concebida para ser observada mientras ésta se mueve.
3. - Exhibitoria con espectador móvil. En este caso la obra se sitúa en lugares de tránsito rodado rápido. El lapso de tiempo para su observación suele reducirse a unos pocos segundos.
4. - De ensayo o aprendizaje. Suelen ser obras de transición en la carrera de un escritor de graffiti, situadas en emplazamientos conocidos por el grupo, de escasa o nula visibilidad pública y que suelen servir de punto ocasional de encuentro y trabajo, sobre todo para los escritores más jóvenes.
5. - De saturación u ocupación espacial.
6. - Dialógica o de relación con el grupo. En este caso la comunicación establecida está frecuentemente restringida a los miembros de la comunidad de escritores, por la abundante uso de terminología específica o la referencia a problemas y aspectos específicos del mundo cultural hip hop.
7. - Comercial o de encargo. Alta visibilidad pública.

8. - De exposición o museística, en lugares cerrados como galerías de arte, museos, interior de edificios, etc.

Los graffitis que pudieron ser identificados son de tipo exhibitoria fija, porque se encuentran ubicados en el muro de la plaza 9 de Julio; también son de saturación u ocupación espacial. Con respecto al *estilo*, que puede significar tener dominio técnico y la originalidad suficiente, podría decirse que los escritores de estas obras lo contenían de manera escasa (ver figura 7). También hay graffitis en los bancos, el arco de los caminos y en la gruta de la virgen (ver Anexo 2 - Galería Fotográfica 3).

La *pieza*, composición acabada por si misma sin normas en cuanto a las dimensiones dependiendo del soporte, puede tener diferentes *calidades*. La más baja corresponde al vomitado o flop, obra hecha de forma apresurada a menudo solo con dos colores y tiene cierta carencia técnica (ver figura 7). Otra variante de pieza rápida, aunque no fueron detectadas en este caso, son las platas, también de estructura bicroma, contorno verde, azul o negro y con relleno plateado, con la intención de conseguir la máxima visibilidad, son de buen nivel técnico.



Figura 7: Muro de la Plaza 9 de Julio, febrero del 2015.

En cuanto a los *Mensajes* (ver Figura 7), muchas piezas están acompañadas de cortos textos que indican de forma muy clara las intenciones y expectativas del escritor o bien nos informan de las circunstancias en que han sido realizados. Pueden ser de naturaleza reivindicativa social o política, un grito de burla a las fuerzas de orden público, una advertencia a otros grupos de escritores, declaraciones de sentimientos hacia un club de futbol, etc., por ejemplo “tu vieja. Firma: los pibes” (ver Figura 9). Los

mensajes apoyan la imagen que los enmarca delimitando semánticamente la pieza mayor.

Un mensaje tiende a ser considerado por los demás escritores y otros mensajes se pueden considerar como comentarios a un mensaje anterior realizado por otro escritor. La función de comunicación interna en el seno del grupo cultural productor coexiste con la función promocional y completa su dimensión difusora. La naturaleza dialógica del graffiti se muestra aquí en toda su magnitud. La pieza de graffiti es una obra estética, acabada en sí misma pese a la posibilidad del montaje con otras de su especie. Sin embargo los diversos elementos textuales e icónicos que están presentes en el graffiti poseen una connotación comunicativa y sucesible de respuesta en el mismo medio. La respuesta dialógica se realiza de forma diferida mediante la realización de otros graffiti con alusiones de cualquier tipo.

En este caso su naturaleza claramente dialógica se sitúa en los mensajes que se encuentran alrededor del escudo de Gimnasia y Esgrima de Jujuy de la capital jujeña y de la sigla AHZ de la Asociación Cultural y Deportiva Altos Hornos Zapla de Palpalá como se observa en la figura 8. Se cree que esto es parte del ‘folklore del fútbol’, ir a lugares próximos a la cancha del rival y graffitear esa zona con el escudo de su equipo, invadiendo su jurisdicción.

La comunidad local lo toma como una provocación y una agresión, ya que también los insultan colocándoles un “puto” arriba de las siglas del club palpaleño. “Nosotros vivimos a la vuelta de la cancha de Zapla, somos la mayoría de la gente del barrio hinchas de Zapla y yo calculo que el graffiti [se plasmo ahí] por estar cerca de la cancha de Zapla, en algún partido que se jugó acá de local, [porque] va gente a la plaza como para hacer una previa para entrar a la cancha, al estar cerca muchas veces pasa eso [puesto que] que es conocida la rivalidad con Gimnasia” cuenta un entrevistado⁵⁶. Estos, van marcando cierta territorialidad en la zona. Los graffitis son una expresión identitaria, muestran un sentimiento de pertenencia desde la alteridad.

⁵⁶ Entrevistado N°3



Figura 8: Graffitis haciendo alusión a viejas rivalidades futbolistas de dos equipos de la provincia de Jujuy, GyE de Jujuy (el lobo) y Altos hornos Zapla (AHZ), febrero del 2015.

El graffiti se comporta, como acertadamente señala Garí (citado en De Diego 1997) como una discusión más que como una institución. Contrariamente a los medios publicitarios comerciales (cartel) y de comunicación (televisión, radio) el graffiti es una forma de expresión participativa, dialógica e interactiva. Son los rasgos culturales del graffiti [hip hop], su conformación como mensajes estéticos fuertemente codificados a lo largo de una historia de intolerancia, ilegalidad y represión los que han limitado esta discusión al grupo humano y cultural que los produce.

En muchos aspectos el artista de graffiti está reapropiándose del espacio público urbano (Giller en De Diego 1997). Su visión de la ciudad es dialéctica y problemática. Las diferentes representaciones se enfrentan entre sí. La producción continua que caracteriza a muchos artistas de graffiti y que es uno de los factores clave de su naturaleza deviene de la necesidad de renovar constantemente la presencia en el espacio en una ciudad que elimina sistemáticamente estos mensajes para imponer los propios del capitalismo tardío en forma de vallas publicitarias, ordenación urbanística, construcción de viviendas cada vez más caras y elitistas, etc. (Luna en De Diego 1997).

El artista de graffiti realiza una manifestación expresiva pública, su espacio natural es el espacio público del que, de alguna manera, se apropia simbólicamente con sus obras. Junto con el deseo inmanente de promoción, el carácter público de su ámbito

espacial en la ciudad capitalista (trenes, metro, paredes, etc.) denota el sentido fuertemente dialéctico y conflictivo de sus iconismos y grafías.

Frente al espacio público que es la expresión constante y omnipresente de la voz y de la autopromoción del sistema cultural dominante, los escritores de graffiti ejercen su arte como una vía de persistencia de sus identidades y de reforzamiento social y cultural. La manifestación del propio nombre y del grupo se convierte en consignas constantes que modifican el panorama público urbano, señalan su existencia grupal y social y aseguran a su vez la permanencia en el espacio, la clave de su supervivencia ideológica. Individualmente, la identidad es también poder. La visibilidad frecuente es prestigio. Poder y prestigio, sin embargo, no poseen una acepción de potenciación individual en lo social ni ningún beneficio material.

El muro de la plaza es *Bombardeado*, es decir se escribe en éste más o menos frecuentemente en una zona determinada. Una entrevistada comenta (Nº 2) “no saben cuidar la plaza porque cada vez que hacen el desfile del 9 de julio la pintan, pintan las paredes bien la dejan re linda a la plaza y a la semana esta toda escrita los bancos rotos. Nadie cuida nada”.

Estos focos de concentración de graffiti reúnen ciertas *características* susceptibles de ser apreciadas en función de su capacidad exhibitoria de cara a ese mismo espacio público urbano, así como de la misma capacidad de esa zona para dar cobijo al mayor número de piezas de graffiti posible, a su capacidad física para ofrecer soportes adecuados. Estas características generales de las zonas de graffiti serían las siguientes:

1. - Alta visibilidad. Espacio público en el seno de la ciudad muy expuesto a la vista de cualquier ciudadano.
2. - Abundancia de tráfico rodado. Zonas igualmente expuestas, pero en este caso a espectadores móviles (vías rápidas, autopistas, pasos de ferrocarril, zonas próximas a estaciones de tren, etc.).
3. - Relativa abundancia de muros aislados, paredes de edificios libres de uso común, de escasa vigilancia y que permitan la continuidad de creación de obras en el tiempo y la contigüidad de éstas en el espacio.
4. - Accesibilidad física.

Con respecto a la percepción peyorativa del graffiti podemos decir que se mantuvo durante los años setenta entre los medios de comunicación y la opinión pública

de forma acentuada. Las condenas legales impuestas a los escritores de graffiti aumentaron y la protección vigilada de los vagones de tren y metro aumentó espectacularmente. No fue hasta la extensión del graffiti a países europeos cuando esta forma de expresión empezó a considerarse como tal y no como un modo más de vandalismo y de violencia callejera. Los periodistas empezaron a considerar a los escritores de graffiti como artistas de la calle y los estudiosos inician sus trabajos desde una óptica de crítica e historia del arte y de estudio de las expresiones creativas sociales (De Diego 1997).

A pesar de que los Graffitis son arte, todavía algunos creen que estas obras son un acto vandálico, garabatos, que ensucia la ciudad, este es un discurso de las instituciones oficiales que apela a la moralidad burguesa convencional. Por ejemplo, un entrevistado (Nº3) opina: “Estoy siempre en contra, igual eso ha pasado siempre. Calculo que no lo hicieron ninguno de los que vivimos ahí en el barrio, por eso te digo que de los que vivimos y estamos y nos criamos en la plaza [...] porque siempre lo ideal es ver que este linda la plaza y que al día de hoy como le digo eso pasa una sola vez al año. Llegando al 9 de julio la pintan y la renuevan, después vuelven los graffitis, unos que otros. Pero en si el cuidado, no solo en la plaza del 9 sino que en otros lugares el cuidado o el mantenimiento se ha perdido”.

Una entrevistada se demostró intolerante a los graffitis, los considera como un acto vandálico pero si acepta el arte en los espacios públicos que provengan de instituciones oficiales, “La verdad que no me gustan los graffitis, nunca me gustaron en ningún lado. Me gustan bastante los murales por los mensajes que dejan. [...] La verdad que si hacen un mural o pintan estos dibujos de los niños tienen un sentido en cuanto a nuestra identidad en cuanto para respetar los espacios públicos si hacen eso es para que no se hagan los graffitis y si hacen los graffitis con aerosol o con pintura o cuando pegan alguna publicidad, realmente me parece una falta de respeto. Si van a hacer un dibujo o pegar un afiche que sea donde no hay, y no donde alguien ya plasmó, donde dejó un poquito de cada uno porque expresan una obra de arte si hacen algún mural o algún dibujo los autores, me parece una falta de respeto que lo graffiteen”⁵⁷. En la figura 9 podemos ver que, si bien existen graffitis, estos no están superpuestos a ninguna otra obra de la pared.

⁵⁷ Entrevistada Nº4



Figura 9: Fotografía de murales (dibujos de niños plasmados en la pared) realizados por artistas pertenecientes a la Municipalidad de Palpalá, febrero del 2015.

En este aspecto el graffiti utiliza sus dispositivos formales, icónicos y textuales, para inscribir sus propias estructuras y expectativas en el medio público y para los públicos a los que se dirigen. El graffiti actúa así como práctica cultural inscrita en unas coordenadas particulares que comparte con otras formas culturales y artísticas urbanas emergentes. Representación del grupo, representación individual, público indistinto y urbano, espacio público y accesible visualmente, producción intensa y extensa en el tiempo y en el espacio, no inclusión y rechazo de las formas comerciales y reacción a las formas culturales emanadas de las figuras del poder.

Las excepciones a estas características básicas en la construcción cultural de la realidad como representación, son abundantes y conocidas y están recogidas en el presente estudio, como cuando solo estampan sus nombres, propios o de sus grupos, y sobrenombres por ejemplo: “Roh y Fer”, “Solcito”, “Ari”, “Maleh :)”, “Pool”, entre otros (ver figura 7, 8, 9 y 10). Sin embargo podemos observar claros procesos de regresión a las pautas de producción originales en cuanto el rechazo proporcionado por el establishment cultural se ha manifestado en cualquiera de sus formas.

El artista de graffiti sabe de su condición de individuo menospreciado. Es perseguido, denunciado e incluso arrestado (Arranz en De Diego 1997). Los casos son

muy numerosos, sin embargo vuelven una y otra vez a su actividad tan pronto como consiguen el dinero suficiente como para poder comprar pintura. Su actividad y la forma en que la desempeñan es la expresión de ellos mismos; la representación de su identidad en un medio crecientemente uniformizador.



Figura 10: Fotografía de murales II (dibujos de niños plasmados en la pared) realizados por artistas pertenecientes a la Municipalidad de Palpalá, febrero del 2015.

La palabra del habla común, la que se produce en el contexto de la conversación vecinal, se ve convertida a través del graffiti en un lenguaje icónico, un texto visual nuevo que perturba y modifica las cualidades lingüísticas y sociales principales del espacio vecinal. Visualmente borra el anterior significado de esa zona de la ciudad, enmascara su aspecto externo y le confiere la esencia interna propia del graffiti. Éste le presta a la ciudad un continuum de color y su cualidad de texto críptico dispuesto a modo de una multitud de discursos fragmentados aunque dispuestos en verdaderas sucesiones a modo de desmesuradas tiras de comic fijadas en antiguos y vacíos muros (Riout en De Diego 1997).

Aparece en el ciudadano la necesidad de pararse y mirar, se convierte en espectador y voyeur de un paisaje urbano modificado. El hecho de la observación en el paisaje urbano, que parecen ejercer sólo los jubilados ante las prisas del presente, se impone como un elemento esencial para la comprensión del espacio urbano de la misma manera que ocurre en otros contextos urbanos, señalados como depósitos de los mensajes objetuales de los que hablaba Maltesse (en De Diego 1997). La ciudad se ha convertido en una gigantesca exposición de palabras e imágenes, un caudal de formas

que alteran, quizás definitivamente y pese a su propio e innato efímero, el coloquio interno que mantiene la vecindad del barrio.

Lo urbano son espacios de vivencias de constante renovación por la cual se reorganizan las dinámicas de lo cotidiano por el surgimiento de nuevas direcciones, sentidos y trayectorias de ciudad. No solamente por los escritos que configuran la composición (palabras, formas...) y obviamente no remiten necesariamente a un sólo trazo, sino a elementos que no están escritos en la situación o sobre el soporte, tales expresiones son puntos de llegada y partida para diversos valores e instancias de memoria (Bakhtin en Russi 2013).

En ese sentido, lo que está en juego, analítico y de acción, es la no conclusión de los textos grafiti. Al contrario, son situaciones abiertas a la espera de alteraciones, sea por el caminante o por otros grafiti; son alteraciones y propuestas de sentido en la dinámica de diálogo. La “insoportable” y necesaria inestabilidad de los graffiti se manifiesta en la permanente elaboración, las insistentes intervenciones de otros. Ritmo y estabilidad entre el borrado total (“ciudad limpia”) como sucede en los días previos a los festejos del 9 de Julio, y las co-presencias de las distintas voces-enunciaciones (ver figura 11).

El flujo ininterrumpido y veloz otorga un ritmo acelerado y consecuente con las condiciones del tipo de producción que estamos analizando. En esa matriz dialógica, los grafiti abren espacios para nuevas y otras expresiones recomenzando en cualquier momento, demarcando estados y oportunidades de acción. Lo esencial del grafiti es, justamente, no ser finito ni unívoco; eso lo terminaría. Por medio de esas nuevas intervenciones los grafiti regresan el sentido de “ser-estarhacer” lo urbano (Russi 2013).

En la ciudad de Palpalá existe una iniciativa por parte del municipio, donde el Arquitecto de la Dirección de Estudios y Proyectos expresa que cree mucho en los graffitis, en la expresión, y que los considera arte siempre y cuando no sean palabras que insulten, también comenta que “Sería bueno contar con espacios de graffitis temporales, que tengamos superficies donde el joven pueda expresar su arte a los tres meses blanqueamos esa superficie y vuelven a expresarse. A mí personalmente como arquitecto el graffiti me parece una expresión positiva del joven”⁵⁸ (ver figura 11).

⁵⁸ Entrevistado N°8



Figura 11: Fotografía de un graffiti realizado por artistas de la Municipalidad días previos al 9 de Julio de 2015.

Son fenómenos de comunicación que materializan apropiaciones urbanas y textos al adoptar determinadas estrategias de significación representadas en prácticas y reglas específicas. Una acción entre conciencias que, en este contexto de los graffiti, podemos inferir correspondientemente como dinámica de incluidos (insiders) y excluidos (outsiders); actividad de comprensión más allá de la lingüística porque no es solamente una adaptación gramatical por parte del lector. Es un ejercicio semántico (Russi 2013).

No es fácil desmontar todo el discurso de amenaza que hay en torno a “lo diferente”, ver esto como oportunidad implica empezar a cambiar paradigmas, pero ahí está el desafío que se debe asumir y la comunicación puede hacer aportes importantes en este sentido, tales como hacer visible al otro y, sobre todo, permitirle expresarse (Astudillo 2011).

Encontramos graffiti, imágenes, marca o símbolos en diferentes superficies como ser la pared, bancos, los arcos y la gruta de la plaza, donde los jóvenes traspasando las normas sociales dominantes del grupo hegemónico, se expresaron. Sus motivaciones fueron la necesidad de declarar amor a otra persona, el sentimiento hacia un club, estampar su nombre o el del grupo para marcar territorio o desafiar a las personas del barrio, entre otras. De una u otra forma encontraron la manera de decir lo que

necesitaban comunicar y por esa razón son discursos interesantes para interpretar ya que sus significados pueden ser modificados por la intervención-interacción con el otro. Tanto sus acciones al realizar el graffiti como el mensaje que plasman son formas de comunicar en la plaza.

La plaza es un punto de encuentro pero también de conflictividades, un lugar donde se expresan las diferencias. Es evidente que hay una puja en el derecho a decir y a crear sentidos, entre lo permitido, sustentado por grupos concretos, y lo no permitido. Existen graffitis oficiales tolerados y otros espontáneos que son rechazados.

Es importante destacar lo significativo que puede llegar a ser estudiar los discursos no hegemónicos, ya que continuamente solo nos topamos con estudios sobre análisis de discursos oficiales.

Conclusiones

Fue importante realizar una contextualización histórica de la urbanización de la ciudad de Palpalá, desde la llegada del ferrocarril y de la industria hasta incluso su privatización, para entender al barrio 9 de julio, barrio creado para satisfacer una necesidad primaria de los obreros, la de acceder a una vivienda y tratar de contener a la población migratoria que venía a trabajar en AHZ; y las prácticas sociales tanto de los residentes del barrio como las de la comunidad palpaleña en sí que hacen uso de la plaza ubicada en dicho barrio.

Analizamos a la plaza 9 de Julio no solo en términos físicos, sino que también destacamos la importancia de su dimensión simbólica y la relación entre ambas. Pudimos identificar las formas de comunicación en la plaza y visibilizar los diferentes actores sociales que toman parte en el proceso comunicativo en la plaza.

La plaza está constituida por múltiples actores lo que implica que se ponen en juego la carga valorativa, costumbres, creencias, prácticas, otros, y construyen socialmente relaciones y representaciones comunes, desde su cultura, historia y sentido de pertenencia.

A lo largo de este trabajo pudimos comprobar que la plaza 9 de Julio, es uno de los espacios públicos más relevantes de la ciudad para la comunidad palpaleña, que en un momento fue considerada como plaza central, aunque no cumpliera los requisitos para serlo al estilo colonial. Algunos de los palpaleños consultados opinan que la plaza del 9 de Julio es la central de la ciudad, más allá que exista una denominada como tal, por la cercanía a las instituciones de poder, por su antigüedad, por su historia, por ser la de mayor convocatoria y su significación en la comunidad.

Es considerada como uno de los primeros lugares de encuentro de Palpalá, dado que el crecimiento y consolidación de la ciudad, y la distribución del espacio giro en torno a AHZ. La plaza brinda la posibilidad para la interacción e integración entre vecinos y la oportunidad para niños y niñas, y jóvenes de formar lazos con amigos fuera del ámbito escolar.

La plaza es escenario de la vida cotidiana, donde las personas se apropian del lugar y dan diferentes usos, por lo tanto pudimos evidenciar la utilidad que le dan los

vecinos según de la edad, el día, la hora, las necesidades y los diferentes sectores de la plaza, entre otras.

Durante el relevamiento se observó y consultó acerca de las actividades que los ciudadanos realizan en este tipo de espacios. Se advierte en el análisis de las actividades que realizan las personas en la plaza son más comunes las actividades pasivas, o sea aquellas que implican poca motricidad y movimiento como conversar, sentarse, tomar mates; en menor medida estaban haciendo alguna actividad, que implica algún tipo de motricidad y/o una acción física (caminar, correr, trepar). Muchas personas fueron detectadas haciendo uso del área verde como lugar de paso, mientras caminaban.

Describimos los eventos que se desarrollan en el escenario comunicativo, de los cuales resalta el día conmemorativo al 9 de Julio y las ‘juntadas’ en las fiestas de fin de año. Estos al ser entendidos como procesos comunicacionales, pueden entenderse también como una manifestación de la cultura.

Los festejos del 9 de julio requieren de un tipo de organización previa y trabajo en conjunto de los vecinos, el CV, la Municipalidad y la Red de Mujeres Solidarias, ya que es un acontecimiento que convoca a públicos de diferentes generaciones y facilita el uso de estos espacios en distintos momentos del día con diferentes actividades.

El relevamiento físico arroja algunos datos en cuanto a la presencia y el estado actual de la infraestructura y equipamiento básico en la plaza, por ejemplo presenta barreras en la accesibilidad de personas con discapacidad, problemática que se propone como desafío a resolver el gobierno actual ya que se presentan como un obstáculo para la utilización de este espacio y la socialización.

La presencia y el óptimo estado de equipamientos básicos son servicios esenciales que la plaza debería brindar a sus usuarios para asegurar su utilización e influya y prolonguen los tiempos de permanencia de las personas en el lugar. Esto es justamente lo que querían evitar cuando quitaron los bancos de la plaza, trataron de que el espacio público pierda su razón de ser como lugar de interacción e integración social y se transforma en un lugar de paso y la presencia del desconocido en amenaza. Afortunadamente ese intento fue en vano y los jóvenes continuaron concurriendo con más amigos/as y con mayor frecuencia, además se sentaban en el cordón, en motos o en los autos demostrando su enojo por haberles arrancado algo tan significativo para ellos, pero que a pesar de eso no dejarían de asistir a ‘su lugar’.

En Palpalá es destacable que desde la municipalidad se haya promovido, y tengan proyectos, como señaló el arquitecto Tarcaya (entrevistado N°8) que promuevan el uso

de estos espacios que constituyen una manera de generar un sentido de pertenencia y apropiación de los ciudadanos y, por ende, un mejor modo de cuidarlos y recrearlos para diversos usos más allá de aquellos para los cuales fueron proyectados inicialmente.

La plaza al ser un escenario para la socialización y el intercambio, actúa como el soporte físico de la comunicación urbana.

La comunicación se convierte en una necesidad para comprender la diversidad de procesos y tejidos sociales desarrollados en la plaza.

La plaza misma podría ser considerada como instrumento de comunicación porque antes, cuando no había celulares ni internet, las personas iban a la plaza para encontrarse con amigos o preguntar al que estaba si los habían visto a otros o para ponerse de acuerdo para hacer algo con amigos.

Pudimos resaltar la importancia de los procesos comunicacionales, la relación entre la comunicación y las prácticas sociales en el espacio público y como su accionar significa en el espacio. La comunicación atraviesa todos los espacios de la vida de los sujetos en la sociedad.

La comunicación es inherente e inseparable de las prácticas sociales. Toda práctica social se constituye simbólicamente y se construye a través de una madeja de relaciones comunicacionales que pueden ser leídas, interpretadas y, por lo tanto, también generadas y gestionadas de una determinada manera y con un propósito específico. Las prácticas comunicativas son muchas y diversas que se recrean en los hábitos propios de la cultura.

Entendiendo a la plaza como un espacio comunicativo pudimos identificar los diferentes discursos que circulan en torno a ella, los cuales repercuten de diferentes maneras en el uso y apropiación del espacio.

Los *discursos de la plaza*, los normativos con respecto al uso del espacio público no son respetados en la práctica del día a día, lo cual genera conflictos como los descritos en el capítulo 5. Por ejemplo, a pesar de que existe un Código de Ordenamiento territorial, hasta el día de hoy el emplazamiento de la ciudad se continúa rigiendo por decisiones espontáneas, tanto del sector público como privado.

Son destacables las normas de convivencia en una sociedad, los códigos, resultado del intercambio y de la negociación de mensajes hasta plasmar en un sentido común que se transforma en un bien cultural, una norma, a la que se adhiere mayoritariamente para el bien del conjunto social, por ejemplo el respeto por el uso cotidiano de los bancos que ejercían los grupos de jóvenes.

El desacato a las normas atenta contra la convivencia armónica entre las personas que hacen uso de la plaza y como consecuencia se generan enfrentamientos entre ellos.

En cuanto a *los discursos sobre ciudad*, podemos decir que a la ciudad de Palpalá, a pesar de los años, se sigue y la siguen identificando con AHZ, también la denominan la ciudad siderúrgica, puesto que esta se consolida como tal con la llegada de la fábrica y desde ese entonces, Palpalá, comienza a girar alrededor de esta institución. Altos Hornos es el gran factor determinante en la distribución espacial de la ciudad, como así también de la urbanización.

Siguiendo este tipo de discurso, identificamos que “la plaza” es la plaza de 9 de Julio, y no cualquier otra de la ciudad, basta con referirse así a ella para que los palpaleños la identifiquen y sepan que se habla de dicho espacio público por la carga simbólica que presenta para ellos. Este es el discurso que habla *sobre la plaza*, que permanece dentro del imaginario social y tradiciones de los palpaleños con el cual se apropian del lugar mediante el lenguaje, pero puede ser alterado como resultado de las relaciones sociales.

Si hablamos de los *discursos no hegemónicos* que se emplean en el espacio público, indudablemente nos referimos a los graffitis y el rol que cumplen dentro de la plaza.

Abordamos los discursos alternativos, los graffitis, ya que es en ámbito de las expresiones culturales donde especialmente los jóvenes se vuelven visibles como actores sociales, realizando prácticas irruptoras en lo cotidiano.

Observamos que el barrio y la plaza se encuentran definidas y delimitadas por las pintadas en función de la pertenecía a un sentimiento compartido. Las personas emplean a los graffitis como mecanismos para delimitar el espacio, para comunicar que en ese territorio son, por ejemplo hinchas del club AHZ y no de otro. La gente tiende a “marcar” los objetos para imprimirles a través de un uso diferenciado su propia huella. Se producen en espacios que constituyen liderazgo de poder.

También observamos la relación que existe entre el sentimiento que tienen los grupos hacia el barrio y/o la plaza, y hacia el club de fútbol. Estos suelen ser sentimientos que van de la mano y con los cuales se identifican, lo pudimos corroborar con los graffitis, como mencionamos, y con los ‘trapos’ (banderas) que llevan los hinchas a la cancha donde se encuentra impreso el nombre del grupo que hace referencia a su lugar de pertenencia, o sea el barrio donde habita.

Los graffitis transmiten mensajes en el espacio, son visibilizadores de representaciones, identidades y conflicto, marcan sectores pertenecientes, donde se producen disputas, y las muestran a través de tachaduras, insultos o re-escribiendo sobre otro graffiti manifestando violencia. Son medios de disputa en el interior del propio territorio como forma de lucha por el dominio y control.

En la sociedad tiene representaciones sociales positivas acerca de estas marcas pictográficas, las consideran un arte, pero para otro, a pesar de todo lo que significan los graffitis, las consideran como un acto de vandalismo totalmente dañino y peticionan que se los eliminen constantemente del soporte en donde estén plasmados. Los vecinos aceptan el arte que realizan de una institución oficial, en este caso desde la Dirección de Cultura de la Municipalidad, y desaprueban el arte callejero.

Retomando la idea del edil, sería importante empezar a pensar en la ciudad espacios que estén destinados para que los jóvenes puedan expresar libremente su arte como ya suceden en otros lugares.

Los actores ponen en escena los componentes fundamentales con el fin de “hacerse mostrar”. Toda identidad necesita mostrarse, comunicarse para hacerse real, lo que implica por parte del actor individual o colectivo la utilización dramática de aquellas marcas, atributos y elementos que permitan desplegar la identidad.

Comprobamos que la plaza contribuye a la conformación de identidades, la misma lleva el nombre de una fecha importante para la identidad de los argentinos, conmemora el día de la Declaración de la Independencia de nuestro país, pero, principalmente de las personas del barrio pero sobre todo en jóvenes, tanto a los residentes de 9 de julio como a los de otros barrios de la ciudad, que concurrían y/o concurren a dicha plaza. Podría observarse a este espacio como productor de identidad barrial, también como marca identitaria para algunas personas o grupos de jóvenes que se autodenominan con el nombre del espacio público un sentido de pertenencia.

Los jóvenes consultados contestaron una y otra vez la importancia que tuvo este espacio público en su adolescencia, tanto así que tres de los grupos identificados emplearon el nombre de la plaza 9 de julio para autodenominarse como grupo. Destacaron la importancia de los vínculos generados en el espacio público tales como la amistad y noviazgos, y los valores compartidos: solidaridad y respeto.

Varias generaciones tienen vivencias, anécdotas y recuerdos significativos para ellos en esta plaza. Hoy en día los nietos de los propietarios de las viviendas, que en la

mayoría de los casos, viven en otros barrios e incluso localidades, se acercan para compartir momentos en este lugar, para socializar, porque se sienten identificados con la misma. Por estos motivos la plaza de 9 de julio es un componente importante en la historia e identidad de Palpalá, un lugar emblemático.

Historias y relatos que encontramos en nuestra investigación develan como diferentes grupos han recurrido a prácticas sociales como componentes comunicacionales, bien sea para instalarse o reinstalarse en el propio territorio. Los grupos son creadores de sus propias matrices comunicacionales, marcan de forma identitaria tanto sus ritmos de agregación, sus cadencias de encuentros, como los trayectos con que demarcan los espacios.

La historia del barrio se basa en la construcción de fronteras identitarias interbarriales, dado que los vecinos del barrio todavía hacen distinciones entre ellos, separándose los que son originalmente del 9 de Julio de los que son del barrio Hipotecario; e intrabarriales, de manera simbólica y material.

Las relaciones entre los residentes y las entidades se dan porque comparten intereses en común. Por ejemplo el CV y los vecinos demuestran que trabajan muy unidos, actúan en conjunto, ellos se autodenominan como proactivos, que tienen constantemente iniciativas para poder sortear las problemáticas que aquejan al barrio y satisfacer sus necesidades que no han sido resueltas por la municipalidad. El CV y los vecinos se comunican y trabajan en conjunto para mejorar la calidad vecinal.

A pesar de que algunos entrevistados señalan que las relaciones entre ellos han cambiado, que ahora están más distantes, cuando se trata de solucionar problemáticas que incumben al barrio (frente a otros) todos trabajan en conjunto. Los vecinos tienen la capacidad de intervención.

La plaza se particulariza porque ciertos individuos pueden reconocerse en él y definirse en virtud de él, además de que se establecen relaciones sociales que unen y vinculan a los individuos.

En términos de Gravano, los entrevistados residentes del barrio 9 de Julio se valoran positivamente a ellos mismos, evidenciando su blancura dentro de la ciudad, diciendo que son buena gente, muy amables y muy unidos, y valoran negativamente al 'otro', ese 'otro' ajeno al barrio que conforman a la negrura de la ciudad y les genera desconfianza cuando están en la plaza, culpables de irrumpir el ámbito familiar y tranquilidad de dicho espacio público. Expresaron que no se sentían seguros en el espacio público por la falta de iluminación y la inseguridad de noche ya que había

personas desconocidas bebiendo alcohol. Los ‘otros’ son los que generan los conflictos, realizan actos de vandalismo y contaminan el lugar.

Esos ‘otros’ ven a los vecinos del barrio 9 de Julio y a los que concurren a la plaza como los ‘chetos’, esto es una creencia que viene desde los inicios del barrio y perdura en el imaginario de los palpaleños y que en reiteradas ocasiones fue motivo de disputa.

Los grupos se van construyendo históricamente a partir de los valores compartidos, presentan sentimientos por el barrio y la plaza, constituyen un simbolismo. Estos grupos pueden aceptarse o no entre sí.

Se produce surgimiento de un conjunto heterogéneo de entidades en el mismo ámbito, la plaza, provocando segregación territorial. Cada espacio se encuentra delimitado por una cuestión simbólica, identitaria y sectorial cuando hacen uso de los bancos o zonas de la plaza y se las atribuyen como propias .

Las identidades configuran, organizan y delimitan espacios, bancos o sectores de la plaza, tras acuerdos voluntarios o tras altercados por ejemplo los enfrentamientos entre los jóvenes, los jóvenes y vecinos, y entre los jóvenes y la policía; cuando quitaron los bancos; o cuando tachan o sobre escriben los graffitis. Con esto destacamos la importancia de las relaciones socio-físicas.

Los jóvenes demandan un espacio de encuentro, y restringiéndoles el uso de esta plaza, a través de la policía o como cuando desde el Municipio sacaron los bancos para que ya no fueran a la misma, evidentemente no es la solución, porque continúan haciendo uso de ella. Retomando la voz del Arquitecto Tarcaya, sería importante poder convocar a una reunión donde participaran los diferentes actores sociales que toman parte en el espacio público en cuestión para escuchar sus necesidades y llegar a un acuerdo para mejorar la convivencia.

La identidad se encuentra estrechamente ligada a la ideología, que a su vez forma parte de las prácticas sociales.

No hay identidad fija, las estructuras sobre las que se construyen varían. Las identidades cobran fuerza sobre cimientos constituidos por prácticas que se establecen como tradicionales (histórica y grupalmente), no se extienden en el tiempo por un periodo largo.

La plaza es un lugar que acoge y mezcla distintos grupos y estimula la identificación simbólica. Es un lugar de encuentros y desencuentros constantes, es un *campo* donde los actores sociales luchan por el poder, un campo de interlocución y una caja de herramientas identitarias.

Está claro que no basta con tener una plaza en frente de casa, si ésta no reúne condiciones apropiadas para su uso, puesto que los entrevistados que no viven el barrio 9 de Julio comentaron que no asisten a las plazas de sus barrios, y si lo hacen eso solo de paso. Por lo tanto, la selección de una plaza también se sustenta en otros aspectos mencionados por los vecinos, tales como la disponibilidad de juegos infantiles, equipamiento, arbolado, césped, un buen estado de mantenimiento, y la presencia de otros vecinos.

Construir espacios verdes públicos de calidad, accesibles, saludables y en condiciones óptima para los vecinos no se limita a la provisión del equipamiento, la limpieza y su mantenimiento, sino que es necesario promover la concreción de otros usos mediante estrategias diversas que propendan a que los vecinos utilicen, recreen y sientan como propias las calles, las plazas y los espacios públicos. Entre los encuestados, se menciona la labor que realizan organizaciones de la sociedad civil, centros vecinales, iglesias y el municipio para emprender y llevar a cabo actividades que facilitan la interacción e integración social entre los vecinos en los espacios públicos.

En este sentido, el municipio debe asumir el protagonismo para generar la mayor variedad de actividades posible para todos los grupos etarios y en diversas horas del día, para multiplicar las oportunidades de interacción en los espacios públicos de los barrios y generar una diversidad de usos que sean valorados por los vecinos y que posibiliten tener plazas ocupadas.

Los múltiples usos de las plazas permiten configurarlas como espacios de articulación social y de fortalecimiento del capital social de un barrio.

El espacio público contribuirá más a la ciudadanía cuanto más polivalente sea funcionalmente y más favorezca el intercambio, no es un espacio homogéneo.

El pueblo quiere saber de qué se trata y es en la plaza donde pregunta con voz colectiva. La plaza es escena y metáfora de la vida ciudadana. En torno a las plazas nacieron las ciudades y en ellas los pobladores devinimos ciudadanos, reuniéndonos para petitionar a las autoridades, para preguntar por nuestros muertos, para protestar, para celebrar ritos cívicos, deportivos, musicales, culturales.

El espacio público es de todos: en sus senderos se cruzan todo tipo de personas, de todas las clases sociales, de todas las edades, de diferentes etnias. Son espacios abiertos y respirables en medio del cemento y el esmog, y allí los seres humanos podemos recuperar, por un instante, el contacto con la tierra.

Estos espacios son también lugares de encuentro fortuito, de la charla informal, de la conversación. Allí se establecen nuevas solidaridades y crecen inesperadas sensaciones: músicas, olores y colores. La estaciones, la fiesta, la feria, la calesita y el tiempo libre, la discusión política, el teatro callejero, el chisme, la hamaca, la golosina, la noticia del día, el amor y la fuente. La plaza es un buen sitio para reflexionar antes de tomar algunas decisiones, para leer, para esperar, para soñar. En sus senderos los vecinos se saludan y en sus bancos sesiona de cara al sol el Consejo de Ancianos.

El simbolismo de cada elemento urbano es múltiple y cambiante. Los significados y las metáforas asociadas a cada uno de ellos varían de una época a otra. Estos espacios emblemáticos de la ciudad generan un lenguaje propio, un imaginario y unas ensoñaciones que se prolongan en la literatura y el arte, y que, en el contexto urbano, no afectan sólo al espacio en cuestión, sino que también impregnan su alrededor.

Todas estas prácticas sociales, prácticas comunicativas, son las formas de uso y apropiación del espacio público. Las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas puesto que responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición humana compleja y esencialmente social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, en el ámbito de la vida cotidiana de las personas.

Los procesos sociales que entrañan una perspectiva de comunicación rescatando las manifestaciones populares de los grupos de base, su participación, la libertad, la expresión de sus voces y discursos, sus sueños y expectativas y la creación, como aspectos esenciales a partir de los cuales observar y comprender los escenarios en los que la vida es narrada.

A pesar de los años y de la gran cantidad de plazas, paseos y plazoletas que tiene la ciudad, la del 9 de Julio sigue siendo icónica. No fue desplazada. Se conserva en un estado de regular a bueno, esto se debe al cuidado de los vecinos y el centro vecinal, sumado el aporte de vecinos, de otros barrios, que estiman a dicho espacio público.

A partir de las capacidades de apropiación del espacio y los sentidos de pertenencia identificados, podemos decir que la plaza presentaba altos grados de integración social que si bien han disminuido, no desaparecieron.

Son importantes las relaciones socio-físicas y las socio-culturales en el espacio público, son espacios de vivencias de constante renovación.

Es gratificante haber podido alcanzar los objetivos propuestos. Se pudo conocer la realidad comunicacional de la plaza 9 de Julio demostramos que todas nuestras acciones cotidianas comunican. La plaza configura valores culturales, simbólicos e identitarios asociados al sentido de pertenencia.

En lo personal, esta investigación fue motivada por el deseo de poder contribuir en la historia de mi ciudad natal, dado que a lo largo de mi indagación para reconstruir la historia y creciendo Palpalá y del barrio, me tope con algunos inconvenientes por la falta de registros, documentación y estudios sobre la misma.

Bibliografía

Bibliografía

1. Amerise, Christian (2011) Palpalá. Conocer para querer, querer para respetar y defender. 25° Aniversario de la Departamentalización de Palpalá.
2. Aripini, A.; Albarracín, D.; Gabriele, Alejandra; Giménez, Gabriela; Lobos Nicolás (2005) Espacio público, conflictividad y participación. Reflexiones desde América latina. CETYL (Centro de estudios trasandinos y latinoamericanos). Mendoza.
http://naya.org.ar/congreso2004/ponencias/marcoleri_de_olguin.htm
3. Bergesio, Liliana; Golovanevsky, Laura y Marcoleri de Olguín, María Elena. Desempleo y pobreza en el conurbano jujeño Los casos de Palpalá y Alto Comedero (UNJu/UCSe) FORO: Trayectos y Territorios de Desempleo. Sus efectos sobre los espacios regionales y locales. Mar del Plata, 2005.
4. Bergesio, Liliana y Marcoleri, María Elena. De siderúrgica a turística, breve historia ocupacional de la ciudad de Palpalá (Jujuy-Argentina). Revista de estudios regionales y mercado de trabajo 2008, no. 4, p. 45-72.
5. Bergesio, L. y Castillo, F. (2012) Modelos productivos en Altos Hornos Zapla: de la expansión estatal a la reforma privada. Cuadernos FHyCS. UNJu. No 41: 11 – 33.
[http://www.simel.edu.ar/archivos/mesas/2012/m5/02-M5
castilloBergesioGolovanevsky-Ponencia.pdf](http://www.simel.edu.ar/archivos/mesas/2012/m5/02-M5_castilloBergesioGolovanevsky-Ponencia.pdf)
6. Borja, Jordi y Muxi, Zaida (2000) El espacio público, la ciudad y ciudadanía. Barcelona.
7. Bonaldi, Pablo y Del Cueto Carla (2009) “Fragmentación y violencia en dos barrios de Moreno”. En: Grimson Alejandro, Ferraudi Curto María Cecilia, Segura Ramiro (Comp.). La vida política en los barrios populares de Buenos Aires. Ed. Prometeo, Bs. As.
8. Bourdieu, Pierre. (2000) Los usos sociales de la ciencia. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires.
9. Buendía Astudillo, Alexander (2008) Ciudad, espacio público y comunicación: una reflexión en torno al discurso pedagógico de y sobre la ciudad. Lo urbano en

- su complejidad. Una lectura desde América Latina. Marco Cordova Mentufar (Coord.) 257 -266. Quito: FLACSO – Sede Ecuador.
10. Buendía Astudillo, Alexander (2012) Los espacios urbanos como constructores de patrones identitarios en los jóvenes de Popayán Universidad del Cauca Estado: Tesis concluida Maestría en Educación.
 11. Buendía Astudillo, Alexander. (2005). Memoria colectiva, identidad y constitución de territorios. In *El descubrimiento pendiente de América Latina: diversidad de saberes en diálogo hacia un proyecto integrador* (pp. 35-42). Signo Latinoamérica.
 12. Buendía Astudillo, Alexander y Pino Correa, Juan Carlos (2011) Ciudad y diversidad cultural. Una aproximación desde la comunicación. Revista de Ciencias Sociales (RCS) Vol. XVII, No. 1, Enero - Marzo, pp. 22 - 31.
 13. Capuano, Ana; Lucilli, Patricia y Szwarc Lina (2008) Apuntes para la reflexión sobre el concepto de identidad. Revistas Oficios Terrestres, Número 21. Pág. 124 – 133.
 14. Carrillo, Ivone; Lóndero, María Eugenia; Matas, Alfredo. El sector industrial en Jujuy: Un análisis desde la teoría de la localización y la problemática del medio ambiente. Revista de estudios regionales y mercado de trabajo 2009, no. 5, p. 101-124.
http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4522/pr.4522.pdf
 15. Castells, Manuel (1974) La cuestión urbana. Siglo XXI Editores S.A., México D.F., México.
 16. Dascal Guillermo (2007) Reflexiones acerca de la relación entre los espacios públicos y el capital social. Pág. 43. En Segovia Olga (Ed.) Espacios Públicos Y Construcción Social. Hacia Un Ejercicio De Ciudadanía. Santiago de Chile: Chile: Ediciones Sur.
 17. De Diego, Jesús (1997) La estética del graffiti en la sociodinámica del espacio urbano. Orientaciones para un estudio de las culturas urbanas en el fin de siglo. *Univ de Zaragoza, España*. En <http://www.graffiti.org/faq/diego.html>
 18. Domenico Di Siena. (2009) Extracto del trabajo de investigación: Espacios Sensibles - Hibridación físico-digital para la Revitalización de los Espacios públicos.
 19. García Canclini, Néstor (1987) Ni folklórico ni masivo ¿Qué es lo popular?, en Revista Diálogos N^o 17. Lima, FELAFACS.

20. Garriga Zucal, J. (2009) “La quema”, en Grimsom, Ferraudi Curto y Segura. (comp): la vida política en los barrios populares de Bs. As. Ed. Prometeo. Bs. As.
21. Grimsom, Alejandro (2000) Interculturalidad y comunicación. Grupo Editorial Norma.
22. Gravano, A. (2003) Antropología e lo barrial. Estudios sobre producción simbólica de la vida urbana. Ed. Espacio Editorial, Bs. As.
23. Gonzales Ordovas, María José. (1998) La cuestión urbana: algunas perspectivas críticas. Revista de estudios políticos. Vol. 101. Pág. 303. Madrid.
24. González Rico, Diego F. (2010) El uso del espacio en plazas mayores. Plaza de Bolívar en Bogotá. Universidad Politécnica de Cataluña. Barcelona.
25. Greenstein, Rosalind; Sabatini, Francisco y Smolka, Martim (2000) Segregación espacial urbana: fuerzas, consecuencias y respuestas normativas. Land Lines Article. Lincoln Institute of Land Policy.
http://www.lincolninst.edu/pubs/950_Segregaci%C3%B3n-espacial-urbana--fuerzas--consecuencias-y-respuestas-normativas-
26. Herrán, Carlos. (1986) La ciudad como objeto antropológico.
27. Infante, Félix (1981), Palpalá. Su historia a través de los tiempos, Jujuy, Municipalidad de Palpalá.
28. Kaplún, Gabriel (2007) Comunicación comunitaria, en AAVV: Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano. España, Fundación Telefónica y Ariel.
29. Laub, C. (2007) La ciudad, los medios y la reinstauración de los espacios públicos. En O. Segovia (Ed.) Espacios Públicos y Construcción Social. Hacia Un Ejercicio De Ciudadanía (pág. 55). Santiago de Chile: Chile: Ediciones Sur.
30. Marc Auge, () hacia una antropología de los mundos contemporáneos. Editorial Gedisa.
31. Marc Auge (2000) Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobre modernidad. Editorial Gedisa, Barcelona.
32. Marcoleri, María Elena de Olguín; Bergesio, Liliana y Golovanevsky, Laura. (2004) Pálpala: historia y diagnóstico de una ciudad que fue siderúrgica.
33. Montalvetti, Marta (2008) Palpalá. Una historia sin tiempo. 1ª Ed. – Jujuy. El autor, 2008. Editorial Milor.

34. Muñoz Carrobles, M. (2010) Espacios públicos de comunicación: calles y plazas. En E. Popeanga, E. Garrido y D. Muñoz (Ed.) Ciudad en obras: metáforas de lo urbano en la literatura y en las artes (pag. 89). Bern, Switzerland: Peter Lang A, International Academi Publishers.
35. Neira, Hernán. (2007) La naturaleza del espacio público. Una visión desde la filosofía. En Segovia Olga (Ed.) Espacios Públicos Y Construcción Social. Hacia Un Ejercicio De Ciudadanía. Santiago de Chile: Chile: Ediciones Sur.
36. Oliveros Suárez, Mercedes () Las plazas de la gran urbe ante la globalización, T2B10. Síntesis de tesis de doctorado en arquitectura en la UNAM. Seminario de Arquitectura latinoamericana, México.
37. Peñalta Catalán, Rocío y Muñoz Carrobles, Diego (2010). La ciudad en el lenguaje y el lenguaje de la ciudad. In *Ciudad, territorio y paisaje: Reflexiones para un debate multidisciplinar* (pp. 81-92).
38. Popeanga Eugenia, Peñalta Rocío, Muñoz Diego (2010) Ciudad en obras: metáforas de lo urbano en la literatura y en las artes. Bern, Switzerland: Peter Lang A, International Academi Publishers.
39. Prieto Castillo, Daniel (2008) Sobre los mensajes, en Gamucio Dagrón, Alfonso y Tufte, Thomas (compiladores) Antología de la Comunicación para el Cambio Social. Lecturas históricas y contemporáneas. La Paz, Bolivia.
40. Reese, Eduardo (2006): La situación actual de la gestión urbana y la agenda de las ciudades en la Argentina. En *Almansi, F. (comp), "Gestión urbana, enfoques e instrumentos"*, *Revista Medio Ambiente y Urbanización No 65, IIED-AL, Buenos Aires.*
41. Reguillo, Rosana (1997) Ciudad y comunicación. Densidades, ejes y niveles. Revista diálogos de la comunicación. Ed. No 47. FELAFACS. Lima, Perú. Pág. 20-29.
42. Russi, Pedro (2013) Grafiti, acciones urbanas de sentido – un análisis semiótico. Artigos, Centro Integral de Semiotica y Comunicación. En <http://www.ciseco.org.br/index.php/artigos/161-pedro-russi-grafiti>.
43. Salazar, Jezreel (2006) La ciudad como texto. La crónica urbana de Carlos Monsivais Senderos. Universidad Autónoma de Nuevo León, México.
44. Segovia Olga. (2007) (Ed.) Espacios Públicos Y Construcción Social. Hacia Un Ejercicio De Ciudadanía. Santiago de Chile: Chile: Ediciones Sur.

45. Torres, José Esteban (1967) Zapla. Crisol de patria. Enfoques de una realidad Argentina. Editorial Norte Argentino.
46. Uranga, Washington. (2005) La comunicación es acción: comunicar desde y en las prácticas sociales.
47. Uranga, Washington (2011) Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos. Conferencia dictada en la inauguración del Segundo Congreso de Comunicación Popular en Homenaje a la Pachamama. Universidad Nacional de Salta.
48. Uranga, Washington (2007) Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Buenos Aires.
49. Velázquez Mejías, O. (2010) el barrio y la ciudad, espacios en conflicto: entre la exclusión y la autoexclusión, en contribuciones a las ciencias sociales.
50. Autores varios, profesor asesor: Jaime Flores (1996) Calles de mi ciudad, el porqué de sus nombres. Escuela Provincial de Comercio N° 2, Conquista del Desierto.

Linkografía

- <http://memoria-identidad-y-resistencia.blogspot.com.ar/2012/11/altos-hornos-zapla.html>
- <http://localidades.cfi.org.ar/Localidad/Novedades/21403/3233/red-de-mujeres-solidarias-en-palpala>
- <http://www.todojujuy.com/upload/pdf/e9933c201e4b2412bf5c04eb334d6e96.pdf>
- <http://www.dipec.jujuy.gov.ar/>

Documentos Estatales

1. Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy.
2. Código de ordenamiento territorial y uso de suelo, ordenanza N°284/92. Palpalá – Jujuy.
3. Dirección general de inmuebles. Registro grafico parcelario año 1989. Departamento Palpalá. Circunscripción 1, sección 2, manzanas 76-78. Municipalidad de Palpalá.
4. Personería Jurídica del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio.
5. Estatuto del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio.
6. Libro de actas del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio. Acta N°1.
7. Ordenanza N°1034/11. Capitulo 1. Art. 1°. Municipalidad de Palpalá.
8. Ordenanza N° 1033/11. Municipalidad de Palpalá.
9. Ordenanza N° 854/06. Municipalidad de Palpalá.
10. Ordenanza N° 1108/14. Municipalidad de Palpalá.
11. Carballo, Pablo; Miguel Martiarena; Lucio Scardino (2015) Plazas de cercanía en Córdoba: espacios de juego e interacción social de niños, niñas y adolescentes. Editado por Virginia Scardino. - 1a ed. - Córdoba: CEPYD; Córdoba: Red Ciudadana Nuestra Córdoba; Córdoba: Fundación ARCOR.

Anexos

Anexo 1- Cartografía

1. Mapa del Departamento de Palpalá
2. Mapa de los barrios de Palpalá
3. Mapa de Espacios Públicos del barrio
4. Mapa de la Dirección de Inmueble

Anexo 2- Galería Fotográfica

1. La plaza 9 de Julio
 - A. Vista de la Plaza 9 de Julio desde la calle Catamarca
 - B. Vista de la Plaza 9 de Julio desde la esquina Catamarca y Saavedra
 - C. Gruta de la Virgen del Valle
 - D. Niños jugando en la plaza

2. Festejos por el 9 de Julio
 - A. Conmemoración del 9 de Julio del 2015
 - Acto del 9 de Julio – 1
 - Acto del 9 de Julio – 2
 - Acto del 9 de Julio – 3
 - Carpa de venta de Artesanías en el festival – 1
 - Carpa de venta de Artesanías en el festival – 2
 - Comercio en el 9 de Julio
 - Desfile por el 9 de Julio – 1
 - Desfile por el 9 de Julio – 2
 - Desfile por el 9 de Julio – 3
 - Festival por 9 de Julio – 1
 - Festival por 9 de Julio – 2
 - Festival por 9 de Julio – 3
 - Festival por 9 de Julio – 4
 - Festival por 9 de Julio – 5
 - Festival por 9 de Julio – 6
 - Intendente de Palpalá en el Acto por el 9 de Julio 2015
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 1
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 2

- La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 3
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 4
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 5
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 6
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio – 7
 - La Plaza en los festejos del 9 de Julio - 8
 - Mantenimiento de la Virgen previo a los festejos del 9 de Julio – 1
 - Mantenimiento de la Virgen previo a los festejos del 9 de Julio – 2
 - Mantenimiento del mural previo a los festejos del 9 de Julio – 1
 - Red de Mujeres participando en los festejos del 9 de Julio – 1
 - Vendedor Ambulante de Símbolos Patrios
 - B. Participación de la Red de Mujeres Solidarias 2014
3. Graffitis
4. Grupo de Jóvenes
- A. LP9
 - B. Las perso del 9
 - C. Los Sopletes del 9
5. Instituciones del Barrio
- A. Centro Vecinal 9 de Julio
 - B. Red de Mujeres Solidarias
 - C. Escuelita de Futbol 9 de Julio
6. Instituciones colindantes
- A. Asociación Cultural y Deportiva Altos Hornos Zapla
 - B. Iglesia Espíritu Santo
 - C. Colegio Sagrado Corazón
 - D. Escuela Savio N° 119
7. Palpalá
- A. Entrada de la Ciudad de Palpalá
 - B. Fabrica Altos Hornos Zapla
 - C. Barrio Belgrano en sus inicios
 - D. La Seccional 23 de Agosto en sus inicios
 - E. Los primeros comercios del Barrio Belgrano
 - F. Estación de Ferrocarril de Palpalá en sus inicios

Anexo 3-A: Entrevistas

1. María José López Ojeda
2. Tamara Jurado Godoy
3. Mariana Farfán
4. Ariel Jaramillo
5. Cesar Gil
6. Laura Castañeda
7. Antonia Benítez, Presidente del Centro Vecinal del barrio 9 de Julio
8. Funcionarios Municipales: Tito Gustavo Tarcaya y Gonzalo Contreras

Anexo 3-B: Encuestas

1. Ana Cáceres
2. José Luis González
3. Joaquín Alarcón
4. Gustavo Guerrero
5. Marcos López
6. Arias
7. Alfredo
8. Fani Gurrieri
9. de Brizuela
10. Jaramillo
11. José
12. Victorina

Anexo 3- C: Documentos Estatales

1. Carta Orgánica Municipal Departamento de Palpalá-Jujuy.
2. Personería Jurídica del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio.
3. Estatuto del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio.
4. Libro de actas del Centro Vecinal y Fomento barrio 9 de Julio. Acta N°1.
5. Ordenanza N°1034/11. Capítulo 1. Art. 1°. Municipalidad de Palpalá.
6. Ordenanza N° 1033/11. Municipalidad de Palpalá.
7. Ordenanza N° 854/06. Municipalidad de Palpalá.
8. Ordenanza N° 1108/14. Municipalidad de Palpalá.
9. Carballo, Pablo; Miguel Martiarena; Lucio Scardino (2015) Plazas de cercanía en Córdoba: espacios de juego e interacción social de niños, niñas y adolescentes. Editado por Virginia Scardino. - 1a ed. - Córdoba: CEPYD; Córdoba: Red Ciudadana Nuestra Córdoba; Córdoba: Fundación ARCOR.

