



III Jornadas Hum.H.A.

Representación e Identidades

2 al 5 de Septiembre de 2009



WWW.LAPLATADIGITAL.COM

Juliana P. Pistola¹

U.N.LP - CONICET

Andrea M. Alvarez²

IDEHAB - Agencia

1. Introducción

Nuestra investigación se enmarca en el estudio sobre la construcción del imaginario urbano de la ciudad de La Plata. Entendiendo por este a las realidades sociales construidas por los propios habitantes, a sus modos de vivirlas y proponerlas (Silva, A., 2006:27). En las ciudades, estos sistemas de representaciones colectivas están constituidos por símbolos, mitos, leyendas, imágenes, relatos y discursos que las identifican.

En la actualidad, lo visual y lo tecnológico se han convertido en un elemento trascendental para la comunicación y las manifestaciones cotidianas. Los registros visuales como son la fotografía, la propaganda, la publicidad y la Web, que toman como objeto la imagen de la ciudad, son una fuente documental importante que nos permite acceder a los testimonios de diferentes épocas que develan los deseos de ciudad a la que se aspira. El alcance masivo, hace que esas imágenes creen un imaginario sobre la ciudad que influirá en la percepción del espacio y en la valoración del mismo.

El objetivo de la presente ponencia es analizar la imagen pública construida por la Municipalidad de La Plata a través de su portal oficial, como una propaganda instantánea de la urbe.

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

¹ julianapistola@hotmail.com

² arg_andrealvarez@yahoo.com.ar

posee ciertos conocimientos de su entorno, lo cual le permite testear y hacer presunciones sobre la misma (Rojas Mix, 2006:43).

Las imágenes nos permiten acercarnos al estudio de una pluralidad de temáticas, pero en nuestro caso concreto tomamos como objeto a la ciudad, la cual es un sistema complejo. La imagen urbana se encuentra asociada a las representaciones de los actores sociales que la habitan y la viven cotidianamente. Al mismo tiempo, los medios de comunicación también poseen y generan una lectura simbólica de esta, la cual es transmitida a los habitantes. De este modo, las diversas miradas se retroalimentan mutuamente construyendo en forma colectiva el imaginario urbano. Es decir, pueden existir diversas miradas sobre la ciudad debido a la existencia de multiplicidades de formas de vivirla y deseirla.

2. Estudio de caso: La Plata

La elección de la ciudad de La Plata para llevar a cabo nuestro análisis, se debe a su fuerte imagen de origen, la cual llevaba implícita los conceptos de modernidad y progreso.

Estas ideas se concretizan en la conjunción de dos elementos urbanos históricos: la cuadrícula y los lineamientos urbanísticos de la ciudad europea del siglo XIX. El primero simboliza la marca de la presencia del hombre sobre el territorio, induce la idea de orden y organización. Encierra la idea de una utopía, posibilitando empezar desde la nada una nueva ciudad, una nueva república, un nuevo orden, y esto va a ser una constante en la cultura, en la política, en la arquitectura y en el urbanismo de América Latina (Aliata F., Silvestre, G., 2006: 15).

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

Según los principios del siglo XIX, la estructura espacial de la ciudad de La Plata, se organizaba a partir de cuatro sistemas principales dispuesto sobre una cuadrícula básica, lo que nos permite verificar la posibilidad de adaptación de este modelo antes reseñado. El primer sistema lo constituye la traza urbana, que se conforma por diferentes vías de circulación jerarquizadas funcional y espacialmente; es decir las calles, avenidas, diagonales y bulevares. Esta

jerarquización, determina la aparición de espacios verdes públicos que se ubican en la intersección de las vías principales. Un segundo sistema queda determinado por la jerarquización de la arquitectura institucional, representada por los edificios públicos ubicados en el centro de las manzanas y rodeado por un espacio verde. Un tercer sistema, lo conforma, la arquitectura de trama, que se resuelve dejando en el centro de las manzanas un espacio libre destinado al verde privado. Por último, el cuarto es el verde urbano que se superpone a los otros sistemas mencionados, constituyendo un conector de los mismos, quedando materializado en las plazas, parques, en el entorno de los edificios públicos, en las vías de circulación, en el bulevar de circunvalación y en los corazones de manzana. Este último sistema cobra gran protagonismo en el paisaje de la ciudad desde sus orígenes, desempeñando diferentes roles en lo sanitario, en lo social, en lo político, en lo formal y en lo estético, propio del urbanismo racionalista de la Ilustración.

Las transformaciones físicas de la ciudad llevaron consigo el surgimiento de diferentes imaginarios urbanos. Para captar y comprender la imagen que se construye a través del tiempo en una primera instancia de la investigación llevamos a cabo el relevamiento de las publicidades (públicas y privadas) contenidas en el diario local "El Día" el día 19 de noviembre entre los años 1940 hasta la actualidad fecha correspondiente a la fundación de la ciudad. Las imágenes aportadas por la publicidad nos permitieron establecer categorías de análisis.

3. Definición de categorías analíticas

Al centrarnos en el análisis concreto de las imágenes publicitarias podemos establecer constancias y rupturas de elementos que permiten establecer una categorización de los mismos. Estos grupos son: **hitos/sitios emblemáticos**, **imágenes/símbolo** y **metáforas/slogan**.

Hitos/sitios emblemáticos. Estos hacen referencia a aquellos lugares o edificios que son representativos y de gran valor histórico para la ciudad. Se presentan en formato fotográfico o en dibujos, pero en todos resaltando, ya sea el valor histórico –social – cultural - religioso de los mismos.

El listado de hitos/sitios emblemáticos que aparecen sucesivamente desde la década del '40 son: la Municipalidad, la Catedral, la Plaza Moreno, el Museo de

Ciencias Naturales. Los tres primeros se encuentran ubicados justamente en el centro geográfico del casco histórico de la ciudad, y en el caso del Museo está emplazado en el interior del Paseo del Bosque.

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

En el caso de las publicidades privadas se nota una descontextualización de los hitos/sitios emblemáticos antes mencionados, dado que se incluyen fotografías y dibujos que no tienen una asociación directa con lo que están queriendo publicar, funciona como un elemento alegórico y de indicación de que esto es La Plata. (Figura 1)

Imágenes/símbolo. Remiten tanto a la forma urbana, como a los elementos y actividades representativas. Nos sugieren que estamos hablando de una determinada ciudad por la simple presencia de símbolos identificadores y propios de la misma. En esta categoría detectamos la repetición a lo largo de las publicidades del trazado urbano tanto en su totalidad como en algunos de sus elementos que remiten a él. De este modo, se puede observar el simple cruce de las diagonales, dando lugar a la proyección de la cuadrícula a través de una idea síntesis.

Al mismo tiempo en esta categoría se incluye el dibujo de las hojas de tilo, en donde el árbol simboliza la marca del bien común. (Donadieu, P., 2006: 35), las actividades deportivas (hipismo, fútbol, entre otras), culturales y educativas las que aluden tanto a dichas actividades como a aquellos edificios emblemáticos que las albergan, las cuales conjugaban las ideas base de la fundación. También aparece de manera repetida la figura de Dardo Rocha, fundador de la ciudad.

A lo largo del relevamiento pudimos observar la recurrencia, en los dibujos y en las fotografías, del perfil de la morfología urbana, que van desde simples bosquejos hasta fotografías bien detalladas. Desde hace algunos años se viene exponiendo a la ciudad a través de representaciones en donde lo que predomina es la demostración del crecimiento urbano, es decir no se muestran simplemente los lugares reales sino también aquellas reconstrucciones imaginativas, en donde lo que se resalta es la ciudad monumentalizada, una ciudad asociada al progreso (Lacarrière, M.: 2005: 58).

En los años más próximos a la actualidad el trabajo con las imágenes/símbolos en las publicidades adquiere mayor creatividad y grados de abstracción, esto permite inferir por un lado los avances en el diseño de la comunicación visual, pero también la idea de que hay una mayor comprensión por parte de la población de lo que se está comunicando, “todos” construimos y compartimos la imagen mental del lugar al cual nos referimos a través de las imágenes-símbolos que incorporamos.

Las imágenes/símbolos son utilizadas principalmente por las publicidades de establecimientos privados, las mismas son manipuladas de diferentes formas, con gran uso de creatividad. Generalmente incorporan en el centro de las mismas, el logo empresarial. Pero en el caso de la Municipalidad de la ciudad de La Plata, en las últimas gestiones gubernamentales, adoptó como “marca”, una imagen síntesis del trazado urbano. (Figura 2)

Metáforas/slogan. Estas relatan e inducen el diálogo con las imágenes. Generalmente, se presentan acompañando una imagen fotográfica o un dibujo.

Dentro de esta categoría podemos hacer una subdivisión en tres tipos: primero aquellos conceptos relacionados al modelo de ciudad en conjunción con los ideales del país, segundo la ciudad como proyección de su continuo crecimiento, y por último a la forma urbana.

Con respecto al primero de estos tipos de metáforas/ slogan podemos citar:

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

En relación a las metáforas/slogan que aluden al crecimiento de la ciudad podemos citar:

“...la visión del fundador se concreta en la pujanza de la ciudad de hoy...” (Crédito Hipotecario La Platense, 1976); “...hoy...como don Dardo Rocha nos imaginara...con el desarrollo actual y un promisorio futuro, resultante de la acción paciente y tesonera de nuestros hombres en un esfuerzo compartido por todos los habitantes de una ciudad... que nuclea...seres asociados para un solo objetivo: la tarea de consolidar este presente, sin olvidar el pasado pensando en el futuro. (HUAYQUI, 1982); “...a tono con el crecimiento de

nuestra ciudad...va acompañada de una dinámica acorde al ritmo progresista del momento (Figura 10: Farmacia Manes, 1975)

Por último en cuanto a la forma urbana podemos citar:

"...La Plata nació...como resultado de un proyecto bien elaborado. Por eso su ubicación, su diseño..." (Banco de Crédito Provincial, 1985); "...Las diagonales siempre se juntan..." (Volkswagen, 1982); "...Hoy más que nunca...en la ciudad de las diagonales...corte camino..." (MOTORPLAT, 1995). (Figura 3)

4. Análisis y aplicación de las categorías en el portal Web:

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

Sin embargo, detrás de esta primera lectura simplificada se encuentra solapada aquella imagen de ciudad que hablamos previamente. La cual en la actualidad esta siendo reelaborada por la gestión de turno.

La aplicación de las categorías de análisis a dicha página nos permitió observar, en cuanto a la primera de las categorías, hitos/sitios emblemáticos, son dos las rutas ofrecidas por el portal para acceder, la primera (ruta 1) desde la página principal (home)/turismo La Plata/ listado con link a cada uno de los edificio. La segunda (ruta 2), nuevamente desde la página principal/solapa ciudad/arquitectura y urbanismo/listado de cada edificio con su link respectivo. (Cuadro 2)

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

En el caso concreto del Palacio Municipal, la Legislatura y la Casa de Gobierno estas no aparecen en la ruta turística porque no cuentan hasta el momento con el servicio de visitas guiadas, ni la posibilidad de acceso a espacios de interés.

El listado de edificios están ubicados dentro de la cuadrícula fundacional, salvo el Estadio Ciudad de La Plata y la República de los Niños. Asimismo la mayor concentración de estos se da en el eje cívico fundacional. (Figuras 4 - 5)

En las dos rutas se perciben claras ausencias. En la ruta del turismo son el Bosque, el Observatorio de Ciencias Naturales y otros espacios verdes de interés. Mientras que en la ruta de la arquitectura es la casa Curutchet (representación de la arquitectura moderna en América Latina) y la estación Meridiano V (patrimonio histórico-urbano de la ciudad). Reforzándose en el espacio arquitectónico la imagen del siglo XIX y sus ideales.

Las imágenes/símbolos, aparecen en su gran mayoría en la página principal del portal en las solapas de acceso a diferentes temáticas. En ellas se conjugan un alto nivel de abstracción con el uso del color. La primera se debe por un lado a la existencia de un mensaje compartido por los actores urbanos platenses, y por otro lado a la familiaridad que los mismos tienen con los recursos de comunicación visual. En cuanto a la segunda se observa un predominio del uso de determinados colores como propios e identificadores del portal local.

La imagen recurrente, es la traza urbana fundacional, destacándose en cada una de ellas algunos de sus elementos característicos. Entre ellos, la cuadrícula, la circunvalación y las diagonales. Encabezando la página principal, con menor grado de abstracción, se ubica la fotografía recortada del edificio municipal, donde sólo se aprecia el reloj (Figuras 6 - 13).

A partir del análisis se puede observar que se continúa identificando a la ciudad de La Plata como el paradigma de la planificación urbanística pese a que en la actualidad aquel cuadrado original se ha diluido en una mancha urbana con límites difusos que no mantiene los elementos y lineamientos urbanos establecidos originariamente.

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

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

Por último, en cuanto a las metáforas/slogan debemos resaltar el predominio de lo visual por sobre lo escrito, debido a la necesidad de fluidez en la

comunicación. Sin embargo, debemos señalar la utilización del slogan “La Plata, ciudad para todos”, la cual está presente en el nuevo logo municipal. Esta permite observar la búsqueda de la inclusión e integración de todos los actores urbanos.

5. Conclusiones

A partir del análisis podemos inferir que la publicidad sobre la ciudad a través del diálogo con los diferentes actores sociales contribuyen a la construcción del espacio imaginario platense, rediseñando los escenarios de la ciudad en función de ellos. Las construcciones oficiales de la imagen urbana operan estableciendo marcaciones públicas de lugares, interrelacionadas a los contextos socio-históricos en donde surgen.

En la imagen publicitaria aparecen tres componentes que construyen el imaginario urbano. Los mismos son el componente **institucional, el morfológico y el socio-cultural**, los cuales varían en su forma de representarse en el devenir del tiempo.

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

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

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

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ALIATA, F.; SILVESTRI, G., “Arquitectura y Naturaleza en Sudamérica” En: *Seminario dictado dentro del programa de la maestría Paisaje, Medio Ambiente y Ciudad, 2006*

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

- DONADIEU, P., "Políticas públicas de paisaje y gestión de espacios abiertos." En: *Seminario dictado dentro del Programa de la Maestría Paisaje, Medio Ambiente y Ciudad*, 2006.
- CORVETTO, P. M., "La Plata o el poder creador de la Argentina", En: *La Plata vista por los viajeros, 1882-1912*, La Plata, ediciones centenario y Librerías Juvenilla, 1982.
- LACARRIEU, M; PALLINI, V., *Buenos Aires Imaginada*. Buenos Aires, Secretaria de Cultura de la Nación, 2007.
- LACARRIEU, M., "Las Fiestas, celebraciones y rituales de la ciudad de Buenos Aires: imágenes e imaginarios urbanos", En: *Jornadas de Imaginarios Urbanos*, Buenos Aires, abril 2005.
- LACARRIEU, M., "La `insoportable´ levedad de lo urbano", En: *Eure*, Santiago de Chile, Vol. XXXIII, n° 99, agosto de 2007, pp. 47-63
- LYNCH, K. *La imagen de la ciudad*, México, Gustavo Gili ediciones, 1984.
- RIZO GARCÍA, M., *Imágenes de la ciudad. Comunicación y culturas urbana*, México, Universidad Autónoma de México, 2005
- ROJAS MIX, M., *El Imaginario. Civilización y cultura del siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2006.
- SILVA, A. *Imaginarios Urbanos*, Bogotá, Arango editores, 2006.

FUENTES:

El Día, diario local de la ciudad de La Plata, 19 de noviembre durante el período 1940-2006.

Portal oficial de la ciudad de La Plata: www.laplata.gov.ar

IMÁGENES

Figura 1:

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

BANCO PLATENSE
TRADICION DE SEGURIDAD DESDE 1923

Capital Federal: D. O. C. 1923	La Plata Norte: D. O. C. 1923	Casa Central: D. O. C. 1923	City Bell: D. O. C. 1923	Villa Elisa: D. O. C. 1923
Berlin: D. O. C. 1923	Ensenada: D. O. C. 1923	Bernal: D. O. C. 1923	Santa: D. O. C. 1923	Juliza: D. O. C. 1923
Montevideo, Uruguay: D. O. C. 1923	La Plata N° 165: D. O. C. 1923	Dardo Rocha N° 200: D. O. C. 1923	España N° 649: D. O. C. 1923	La Plata N° 132: D. O. C. 1923

Figura 2:

1882 1982

**HOMENAJE
A 100 AÑOS
DE
VOLUNTAD CREADORA**

BANCO PLATENSE
AB. O. C. 1923 Tradición de Seguridad

Banco: Montevideo - Uruguay - Villa Elisa - Cba. - Cba. - Berlanga - R. - P. 100 City Bell - Pba. - Bergara - Pba. - J. - Ciudad adherida al régimen de garantía de los depósitos - Ley 21.526

Figura 3:

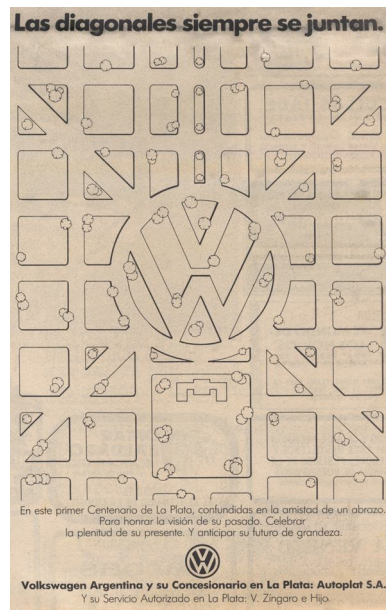


Figura 4:



Figura 5:



Figura 6:



Figura 7:



Figura 8:



Figura 9:



Figura 10:



Figura 11:



Figura 12:



Figura 13:

