

Gentrificación, desarrollo y postergación: dos zonas a ambos lados de La Cañada, Córdoba, Argentina

Recibido: 2021-05-20

Aceptado: 2022-07-05

Cómo citar este artículo:

Giovine, M. A., González, N. V., Funes, M., Suárez Archilla, N., y Nahas, E. (2022). Gentrificación, desarrollo y postergación: dos zonas a ambos lados de La Cañada, Córdoba, Argentina. *Revista INVI*, 37(105), 226-248. <https://doi.org/10.5354/0718-8358.2022.63703>

Artículo basado en los proyectos de Compromiso Social Estudiantil “Güemes solidario. Un 2x1 en compromiso”, 5a (201900140) y 8a (202000385) convocatoria de la Universidad Nacional de Córdoba, bajo la autoría y dirección de Juan José Vega, cuyo principal objetivo consistió en crear y consolidar vínculos comerciales entre Zona Güemes (ZG) y barrios Güemes, Observatorio y Cupani (GOC).

Manuel Alejandro Giovine

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba- Instituto de Humanidades CONICET, Argentina, manuel.giovine@unc.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0002-9330-3136>

Noelia Vanina González

Subsecretaría de Economía Social de La Pampa, Argentina, noeliavaninagonzalez@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1221-2583>

Mariana Funes

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, mfunes@unc.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0001-6092-5767>

Natalia Suárez Archilla

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, natalia.suarez.archilla@unc.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0002-9387-6911>

Estefanía Nahas

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, enahas@unc.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0003-0552-4201>



Gentrificación, desarrollo y postergación: dos zonas a ambos lados de La Cañada, Córdoba, Argentina

Palabras clave: desigualdad social, gentrificación comercial, integración social, transformaciones socio-territoriales, Córdoba (Argentina).

Resumen

El presente artículo se enmarca en el paradigma de investigación acción participativa y su principal objetivo de investigación consistió en detectar y visibilizar potenciales vínculos laborales y comerciales entre la Zona Güemes (ZG) de la ciudad de Córdoba (Argentina), sector recientemente gentrificado, y un sector postergado del otro lado del arroyo La Cañada, correspondiente a los barrios Güemes, Observatorio y Cupani (GOC). En una primera etapa diagnóstica, se llevaron a cabo relevamientos de locales comerciales, encuestas y entrevistas a comerciantes de ZG y a habitantes de GOC. Se realizó un análisis descriptivo exploratorio, un análisis de correspondencias múltiples para establecer las principales correlaciones entre las variables relevantes, se elaboraron matrices de datos cualitativos y se aplicó georreferenciación para resumir y visualizar los datos. Los hallazgos muestran que existen condiciones objetivas y subjetivas que permiten una digna y adecuada transferencia de recursos entre los comerciantes de ZG (demandantes de trabajadores y/o de prestadores de bienes y servicios) y los vecinos de GOC (oferentes de estos últimos), con posibilidades de lograr una significativa ganancia mutua. Se proponen, de este modo, puentes para redistribuir el beneficio de la revalorización de una zona gentrificada hacia una zona postergada, aprovechando su proximidad geográfica.



Abstract

This article is framed within the paradigm of Participatory Action Research and its main research objective was to detect and make visible potential labor and commercial links between a recently gentrified sector of the city of Córdoba (Argentina), Zona Güemes (ZG), and a neglected sector on the other side of La Cañada stream, corresponding to the Güemes, Observatorio, and Cupani neighborhoods (GOC). In a first diagnostic stage, surveys of commercial premises, and surveys and interviews with shopkeepers in ZG and inhabitants of GOC were conducted. An exploratory descriptive analysis, a multiple correspondence analysis to establish the main correlations between relevant variables, qualitative data matrices, and georeferencing were carried out to summarize and visualize the data. The findings show that there are objective and subjective conditions that allow for a dignified and adequate transference of resources between ZG traders (demanders of workers and/or providers of goods and services) and GOC neighbors (suppliers of the latter), with the potential for significant mutual gain. In this way, bridges are proposed to redistribute the benefit of the revaluation of a gentrified area to a neglected area, taking advantage of its geographical proximity.

Gentrification, Development and Marginalization: Two Areas on Both Sides of La Cañada, Córdoba, Argentina

Keywords: commercial gentrification, social inequality, social integration, socio-territorial transformations, Córdoba (Argentina).

Introducción

Hacia fines del siglo XIX la ciudad de Córdoba, fundada en el año 1573 y con una población de 1.306.680 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010), es el segundo centro urbano de Argentina después de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y sede de la organización de gobierno y administración provincial. La ciudad comenzó a expandirse hacia los primeros asentamientos en los llamados: “Pueblo Nuevo” (actualmente Zona Güemes, en adelante ZG) y “El Abrojal”, actualmente barrios Güemes, Observatorio y Cupani, en adelante GOC (Bischoff, 1997; Boccolini y Kirschenmann, 2016).

Por Pueblo Nuevo pasaban carretas que venían por el camino de San Roque, provenientes de las quintas del sur con frutas, legumbres y hortalizas. La constitución de una plaza de carretas, actualmente plaza de los artesanos y epicentro de la gentrificación comercial del barrio, se realizó a partir de la donación de los vecinos para ofrecer a los viajeros un espacio de comercialización de sus productos en la zona. Era un emplazamiento caracterizado por habitantes laboriosos y *chapados a la antigua* (Bischoff, 1997, p. 85).

Los habitantes de El Abrojal, en cambio, tenían fama de recios y de resolver sus diferencias a cuchillazos, por lo que, desde aquel entonces y hasta entrado el siglo XX, cargaron con este estigma (Bischoff, 1997).

En la zona también se daban peleas de perros, riñas de gallos y juegos de cartas (Bischoff, 1997), lo que la constituía en un emplazamiento marginal y bohemio (Abraham y Suyai Pereyra, 2016; Suyai Pereyra, 2015): “Escenario de tangos, milongas y sainetes, forjó una imagen particular con su característica idiosincrática: la imagen del barrio como ‘la contracorriente’ de los valores burgueses de la ciudad” (Boccolini y Kirschenmann, 2016, p. 6).

A fines del siglo XIX el gobierno municipal decide instalar en Pueblo Nuevo el alumbrado, recolectar los residuos, mejorar la escuela para niñas (que se sumaba a la existente escuela de varones) y construir en este sector viviendas obreras (que rápidamente se fueron derruyendo) motivo por el cual el barrio es reconocido como un barrio tradicional y obrero de la ciudad. El 3 de febrero de 1981 en la vieja plaza de carretas, en parte sede de las viviendas obreras (ya derruidas), fue inaugurado el Paseo de las Artes (PA), actualmente principal destino del turismo nacional e internacional (Abraham y Suyai Pereyra, 2016; Bischoff, 1997; Suyai Pereyra, 2015).

La imagen actual de estos sectores es el resultado de la conjunción entre: esa caracterización histórica del espacio; los diversos procesos ocurridos allí a lo largo de los años; y la gentrificación comercial en ZG ocurrida en las últimas décadas. Por ello, resulta imprescindible adentrarse en las discusiones teóricas acerca de estos conceptos, al igual que es imprescindible reconocer empíricamente la realidad actual del área en cuestión.

UN RECORRIDO DEL PROYECTO EN EL TERRITORIO

Este artículo tiene como antecedente un informe de relevamiento que se realizó en 2019 (Giovine, *et al.*, 2019) en el marco del proyecto de extensión¹ “Güemes Solidario. Un 2x1 en Compromiso” bajo la dirección de Juan José Vega, cuyo principal objetivo consistió en crear y consolidar vínculos comerciales entre ZG, y GOC. Dicho proyecto se enmarca en la línea temática “Economía, producción y trabajo” de las acciones de Compromiso Social Estudiantil ejecutadas conjuntamente por la Secretaría de Extensión Universitaria y la Secretaría de Asuntos Estudiantiles de la Universidad Nacional de Córdoba.

El proyecto se pensó en tres etapas: a) relevamiento de necesidades de comerciantes de la ZG y la potencial oferta de servicios por parte de los habitantes de GOC; b) dictado de cursos específicos de formación y capacitación para los habitantes de GOC; y c) implementación de una combinación de acciones para la inserción y vinculación entre los habitantes de GOC y los comerciantes de la ZG.

Se adoptó un paradigma de Investigación Acción Participativa (Fals Borda, 1999) y los principales resultados de la primera etapa diagnóstica se exponen en este artículo. Esta primera etapa está acompañada de una segunda etapa de intervención, en 2021/2022.

Durante la primera etapa, se realizaron cuatro relevamientos con distintos objetivos. Los tres primeros consistieron en generar información para lograr una aproximación a la demanda potencial de empleos y servicios en el sector de ZG. Este objetivo se hizo operacional por medio de un relevamiento comercial y un conjunto de encuestas y entrevistas a comerciantes.

El segundo objetivo consistió en relevar la disponibilidad de oferta de productos, servicios y potenciales trabajadores en el sector de GOC, considerando para estos últimos su grado de formación, recursos, capacidades, motivaciones, deseos y experiencias.

El presente artículo se propone exponer potenciales vinculaciones y resistencias entre ambos sectores, sugerir intervenciones para la siguiente etapa del proyecto y generar aportes para las políticas públicas.

Se estructura en cuatro momentos: a) una presentación del marco teórico general y sustantivo; b) la exposición de los antecedentes y del proceso de gentrificación específico en esta zona de Córdoba; c) una breve descripción de los instrumentos y la metodología utilizada para el procesamiento de los datos; y d) los resultados de esta primera etapa diagnóstica del Proyecto “Güemes Solidario. Un 2x1 en Compromiso”. Finalmente se presenta una sección de discusión.

1 Compromiso Social Estudiantil es un programa de la Universidad Nacional de Córdoba que vincula a la comunidad universitaria con la ciudadanía en general, incorporando en sus propuestas la formación de estudiantes de la UNC, para realizar tareas o proyectos vinculados con la extensión universitaria que impliquen en acciones socialmente relevantes. Para más información <https://cutt.ly/MJVtHmp>

Marco teórico general y sustantivo

La perspectiva de Investigación Acción Participativa (IAP) entiende que la ciencia se construye socialmente, en la búsqueda de conocimientos útiles para alcanzar causas justas. Este artículo nace en esa perspectiva, desde la convicción de que el proceso cognitivo tiene un componente ético (Fals Borda, 1999). Si bien el proyecto “Güemes Solidario. Un 2x1 en Compromiso” completó el primer momento diagnóstico con la programación de acciones concretas a desarrollar entre 2022 y 2023, se recogen en el presente documento los resultados de la etapa inicial de primeros contactos, evaluación de la problemática y diseño participativo del proceso, trabajo de campo y escucha. Se espera que esta experiencia particular de IAP pueda ser replicable en múltiples realidades del país y la región.

Para esta investigación es fundamental el concepto de gentrificación (Cameron y Coaffee, 2005; Deutsche y Ryan, 1984; Glass *et al.*, 1964). Si bien sus primeras definiciones y usos (Glass *et al.*, 1964) distan de los abordajes actuales (Less *et al.*, 2008), un gran número de viejas problemáticas subsisten hoy en día y otras se han agravado considerablemente por el avance de los mercados, del neoliberalismo (Zibechi, 2008) y por sus efectos sobre las ciudades (Observatorio Metropolitano de Madrid, 2015).

La literatura aborda el fenómeno de la gentrificación en dos grandes líneas (Martí-Costa *et al.*, 2016): a) los urbanistas críticos, como es el caso de Tom Slater (2010) que, en la misma dirección que Peter Marcuse (1985) y junto a él, considera a la gentrificación como resultado de la injusticia socio-espacial; y b) quienes entienden el proceso de gentrificación como algo positivo, sin generar necesariamente desplazamientos (Hamnett, 2009; Lorenzen, 2015). Este artículo se posiciona más cerca del primero, aunque sin desconocer el segundo.

Particularmente se ocupa de un caso de gentrificación comercial que “se refiere a la gentrificación de locales, calles o distritos comerciales” (Less *et al.*, 2008, p. 131, en Cordero y Salinas, 2017), entendida como un proceso revitalizador en el que la mejora comercial de las áreas residenciales y su consecuente transformación en espacios de entretenimiento y consumo busca atraer usuarios adinerados y generar un extenso desplazamiento (Cócola-Gant, 2015).

El concepto de desplazamiento es considerado de manera crítica (Freeman y Braconi, 2004; Sabatini *et al.*, 2010; Vigdor, 2002) y se evalúa localmente según una caracterización compleja que considera fenómenos de larga duración y que es relativa a la intensidad y extensión de la fuerza material y simbólica que produce la gentrificación del espacio urbano en cuestión.

Por otra parte, la gentrificación que se estudia, atiene a tres procesos lógicos descritos por Janoschka *et al.* (2014): a) políticas orientadas a convertir centros históricos en patrimonio local; b) políticas y mecanismos que facilitan la intervención del sector privado; y c) nuevos espacios inmobiliarios mediante la consolidación y legitimación de las áreas urbanas previamente estigmatizadas.

Además, se propone el concepto de auto-desplazamiento o auto-exclusión como adaptación de los conceptos de desplazamiento y exclusión de Janoschka, en tanto “mecanismos y formas coercitivas de violencia, sea esta material, política, simbólica o psicológica (...) que restringen las opciones de los sectores de menores ingresos” (2016, p. 33). Una restricción que se produce desde la subjetividad, para disponer el territorio como un lugar de residencia, recreación, trabajo y compra y venta de productos y servicios.

Se entiende, entonces, a la expulsión como fuerza actuante de intensidad variable según el epicentro de la gentrificación y el proceso mismo de revalorización. Puede así repensarse el desplazamiento como producto de una expulsión territorial de los *no deseados*, al mismo tiempo que la tendencia a “incorporar a los circuitos de la acumulación capitalista los valores simbólicos y los recursos materiales de cualquier espacio considerado como ‘deseado’” (Janoschka, 2016, p. 37).

ANTECEDENTES EN AMÉRICA LATINA

Existen una serie de antecedentes de este fenómeno en América Latina y, en particular, en Argentina, que son de relevancia para enmarcar el fenómeno de gentrificación comercial en ZG.

En América Latina, es posible referenciar los casos de México D.F. y Santiago de Chile. En la ciudad de México, se puso en valor el patrimonio del centro histórico y del mercado de la Merced -colindante al centro histórico-, modificando el uso de muchos de los edificios tras su remodelación para albergar instituciones educativas o culturales, o convertirse en museos, hoteles, cafés y restaurantes, o destinarse a alquiler. Esto implicó desplazar a sus ocupantes previos y a numerosos usuarios del espacio público -vendedores ambulantes, especialmente- (Janoschka, 2016). En la segunda, el Plan de repoblamiento de la ciudad (1990), que involucró agentes públicos y privados, buscó rentabilizar espacios deteriorados del centro convirtiéndolos en ámbitos atractivos para clases medias y medias altas (Contreras, 2017), e involucró diversas propuestas de mejoramiento de galerías comerciales, de mercados obsoletos y de centros comerciales, con el consiguiente desplazamiento de familias de menores recursos.

En Argentina, particularmente, se observan múltiples casos, algunos de los más emblemáticos ubicados en Puerto Madero, San Telmo, La Boca, El Abasto y Palermo (Viejo, Soho y Nuevo), en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la ciudad de Rosario (Santa Fe).

En la ciudad de Rosario, el barrio Pichincha sufrió un proceso de degradación edilicia que, en los noventa, con el cierre de los ferrocarriles que se encontraban en la zona y con la posterior crisis, causó el cierre de locales que quedaron abandonados (Dócola y Múgica, 2006). A partir del año 2003 se generó un período de reactivación que dio lugar a inversiones públicas y privadas y a numerosos emprendimientos inmobiliarios (Barenboim *et al.*, 2011). En ZG también se observa el proceso de degradación edilicia y posterior revalorización.

En Buenos Aires, en la década de 1990, se efectuó una expansión del suelo urbano a partir de la producción de espacios de acumulación de capital. Salinas Arreortua (2013) describe, en este sentido, tres casos en los que se producen inversiones inmobiliarias dirigidas a los sectores medios con diferentes estrategias por

parte del gobierno: Puerto Madero (Rojas, 2004, p. 79-80), La Boca y San Telmo (Janoschka, 2016), donde se dio un proceso de valorización del espacio urbano a través de la extracción de un patrimonio intangible como es el Tango y los talleres artísticos, similar al observado en ZG. En estos casos, se generó un desplazamiento de habitantes vulnerables y reubicaciones no voluntarias. Así mismo sucedió con el Abasto, otra zona de la misma ciudad donde se expulsó a quienes “no eran considerados los habitantes legítimos del barrio, como los ocupantes de casas tomadas”. (Durán *et al.*, 2005, p. 415). En el caso del barrio porteño de Palermo Viejo, sus casas, comercios y talleres se convirtieron en lugares gastronómicos, bares y tiendas, dando lugar a los actuales Palermo Soho y Palermo Nuevo, lo cual se encuadra en un proceso de gentrificación comercial similar a la que se dio en ZG.

En la ciudad de Córdoba, a escala barrial, se destaca la «densificación por verticalización» en el barrio General Paz, que generó cambios en el ambiente construido e implicó la creación de nuevos circuitos comerciales (von Lücken, 2013), los cuales se pueden vincular con el plan de repoblamiento de Santiago de Chile. Esta transformación, que tomó fuerza a partir del año 2003, se intensificó con el proceso de revalorización del río Suquía.

Los casos citados, si bien poseen características particulares, tienen como denominador común, reconfiguraciones territoriales que implicaron algún tipo de desplazamiento de subjetividades asociadas a las clases y a la aplicación de políticas públicas que aspiraron a la transformación del espacio público para garantizar la rentabilidad de las inversiones involucradas: de securitización –en México D.F.–, de otorgamiento de subsidios públicos a programas de vivienda y permisos edilicios de aumento de alturas –en Santiago de Chile–, de exenciones fiscales y permisos edilicios para cambio de uso y aumento de las alturas permitidas –en Buenos Aires– (Janoschka, 2016).

EL PROCESO DE GENTRIFICACIÓN EN ZG Y SUS CARACTERÍSTICAS

En los últimos años, Güemes ha sufrido una notable transformación convirtiéndose en uno de los principales polos gastronómicos, comerciales y culturales de la ciudad. Algunas de las características de dichos cambios son “la construcción de paseos o galerías comerciales destinados a la gastronomía gourmet e internacional, venta de productos artesanales, coctelería de autor y la venta de indumentaria de marcas como Hijos del Rey, Casta y Hugo Boss” (Abraham y Suyai Pereyra, 2016, p. 639). De este modo, “[e]l Güemes popular ha devenido en barrio exclusivo” (Ferrero y Gallego, 2012, p. 15).

Esta modernización del barrio no se produjo de forma casual o aislada, sino que se enmarca en una tendencia global, donde “el objetivo, se concentra en mostrar a la ciudad embellecida, atractiva y adecuada para recibir turistas” (Suyai Pereyra, 2015, p. 103). Para tal fin, la Municipalidad de Córdoba ha puesto en marcha, a lo largo de los años, numerosos proyectos de urbanización y «revalorización» de espacios (Abraham y Suyai Pereyra, 2016; Boccolini y Kirschenmann, 2016; Suyai Pereyra, 2015). En general, estos consisten en mejoras de los espacios públicos, construcción de infraestructura y recuperación de lugares históricos, como

lo sucedido en el barrio Pichincha de la ciudad de Rosario. Un ejemplo emblemático de este proceso en la actual ZG es la expropiación de la “Casa de Pepino” en el año 1999 (Boito y Suyai Pereyra, 2016).

En la actualidad se observan los efectos de un desplazamiento asociado al proceso de gentrificación en sus múltiples dimensiones: material, política, psicológica y simbólica. Por este proceso quedan afectados los habitantes de GOC ante la distancia social que les impone el acceso a la revalorizada ZG, a pesar de su proximidad geográfica. Una violencia tan sutil que no se reconoce como tal y tiende a naturalizarse, incluso pudiendo ser autoadministrada.

En ese sentido, en las entrevistas a los vecinos de GOC se pudo detectar una cierta indiferencia respecto a ZG, manifestada en frases como “no la transito” o “no conozco”. Surge entonces la pregunta ¿Qué hace que esas personas no reconozcan este sector de la ciudad como propio?

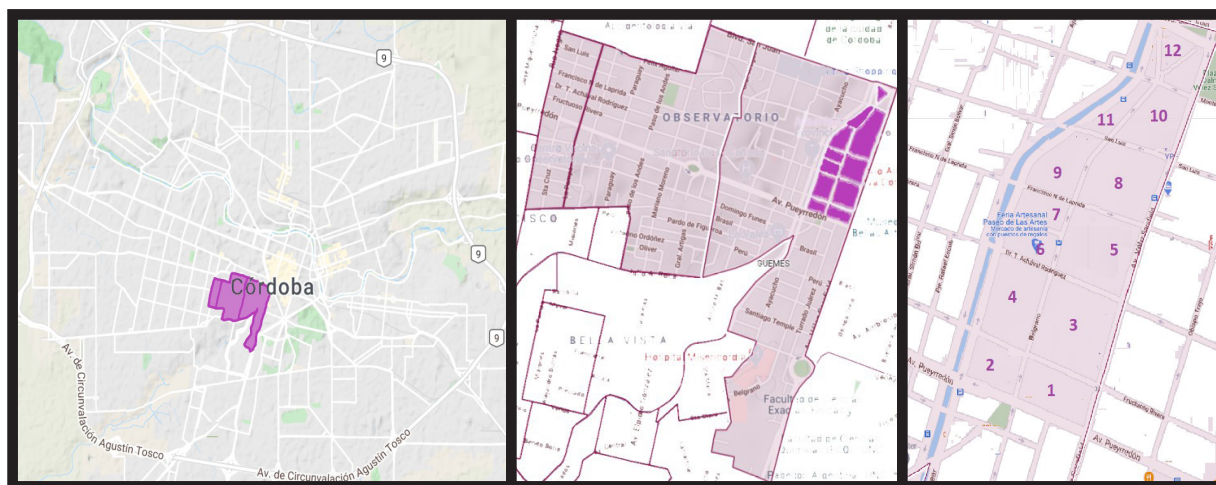
Metodología

Con el propósito de lograr una aproximación a la realidad de ambas zonas, se llevaron a cabo distintos relevamientos diagnósticos: a) de locales comerciales en zona Güemes; b) de comerciantes de zona Güemes a través de encuestas y entrevistas; y c) de habitantes de los barrios Güemes, Observatorio y Cupani. Estos instrumentos fueron aplicados por estudiantes que participaron del proyecto “Güemes Solidario. Un 2X1 en Compromiso” y por medio de formularios administrados (ver Tabla 1).

En la Figura 1 se presenta el mapa de la ciudad de Córdoba, individualizando las zonas relevadas (Figura 1a) de barrios Güemes, Observatorio y Cupani (Figura 1b) y Zona Güemes (Figura 1c).

Figura 1.

Mapa de la ciudad de Córdoba destacando zonas relevadas.



a) Ciudad de Córdoba, resaltando zonas relevadas

b) Barrios Güemes Observatorio y Cupani

c) Zona Güemes

Fuente: elaboración propia sobre la base de mapas de gobierno abierto (“Mapa de los barrios de la Ciudad de Córdoba”, s.f.).

El primer relevamiento de ZG fue realizado en tres momentos, ocurridos durante el periodo octubre-diciembre de 2019, y tuvo como universo de estudio una muestra intencional de 319 edificios y locales comerciales ocupados y desocupados, con el fin de lograr una aproximación a la demanda potencial de empleos y servicios dentro del área delimitada por las calles Bv. San Juan, Avda. Vélez Sarsfield, Avda. Pueyrredón y Marcelo T. de Alvear (tal como se muestra en la Figura 1c). Lo realizaron un conjunto de estudiantes -bajo la supervisión de docentes- a través de un formulario de Google, e incluyó secciones tendientes a relevar datos generales como manzana, calle, numeración, ubicación, situación de ocupación (ocupado/desocupado) y datos particulares, como el nombre del local (de corresponder), tipo de comercio (gastronómico/no gastronómico) y su clasificación. Además, se consignó presencia en redes (particularmente, Google Maps e Instagram) y datos como: días y horarios de apertura, estructura organizacional y, específicamente para los comercios gastronómicos, el tipo de comida, el tipo de atención (mesa, barra, autoservicio, *delivery*), la capacidad del local y cuestiones relativas a la responsabilidad social empresarial.

El segundo relevamiento se realizó simultáneamente con el primero y consistió en una encuesta a través de *Google Forms* que se administró a una muestra intencional de once comerciantes dispuestos a responder. Con ella se buscó acceder a información y opiniones de los comerciantes de ZG, e incluyó preguntas relacionadas con la estructura organizacional, la antigüedad del negocio, el tipo de clientes que visita el local,

las características del personal, la forma de contratación, la tercerización de servicios y el interés por participar en una entrevista para profundizar sobre temas de emprendimiento y de problemáticas del barrio.

El tercer relevamiento fue realizado a través de una guía de pautas administrada, por parte de los estudiantes del proyecto, a siete dueños y encargados de comercios. El instrumento contenía similares preguntas a las de la encuesta, mayormente en formato abierto, y también indagaba sobre aspectos relacionados con la composición del equipo de trabajo de cada comercio, la capacitación del personal, las experiencias con empleados y proveedores, las percepciones sobre zona GOC y sus experiencias con empleados residentes en esta zona.

El cuarto relevamiento se llevó a cabo por medio de un formulario, administrado por los estudiantes o autoadministrado, bajo la supervisión de miembros del proyecto. Este fue respondido por uno de los miembros del grupo familiar, pero recopilando información de todo el grupo; se recabó información referida a edad, género, nivel de estudio alcanzado y ocupación. El instrumento se aplicó en la Casa El Aljibe, el Centro Cultural Discepolín y el Instituto Parroquial Santo Cristo.

El relevamiento tomó una muestra intencional de 36 vecinos de GOC durante el mes de noviembre de 2019. En este se indagó sobre las condiciones socio-laborales de los habitantes de la zona, contemplando el nivel de estudio alcanzado, el nivel de ocupación, capacidades, motivaciones, representaciones, preferencias e intereses asociados al trabajo, capacitaciones laborales y, en caso de existir empleos anteriores, la calidad de esas experiencias. Se preguntó además por la disponibilidad de recursos para el trabajo (dependiente o independiente) y por la percepción sobre ZG.

PROCESAMIENTO DE DATOS

Los datos resultantes del primer relevamiento se procesaron por medio de una planilla en Microsoft Excel y se confeccionaron tablas de frecuencia y gráficos resumiendo los resultados obtenidos. La ubicación de los comercios se georreferenció por medio de la aplicación de Google Maps, según las coordenadas cargadas inicialmente en los formularios (Figura 2).

Tabla 1:
Relevamientos por destinatarios, dimensiones, instrumentos y procedimientos de análisis.

Relevamiento	Destinatarios	Dimensiones	Instrumento	Procedimiento de Análisis
Muestra comercios	ZG - Edificios y locales comerciales	Nombre y tipo de unidad, producto/servicio que ofrece, presencia en redes, tamaño, tipo de atención	Relevamiento observacional (formulario de Google)	Estadísticas descriptivas, georreferenciación en Google Maps
Muestra comerciantes	ZG – Comerciantes y emprendedores	Estructura organizacional, antigüedad, tipo de clientes, contratación de personal y servicios	Encuesta	Análisis descriptivo
		Equipo de trabajo de cada comercio, capacitación del personal, experiencias con empleados y proveedores, percepciones sobre zona GOC y empleados	Entrevista	Análisis cualitativo
Muestra habitantes	GOC – hogares	Miembros del hogar, edad, género, último nivel de estudio alcanzado y ocupación	Encuesta, cuestionario cerrado	Análisis descriptivo y de Correspondencias Múltiples
	GOC – individuos	Capacidades, motivaciones, representaciones, preferencias e intereses asociados al trabajo, capacitaciones laborales, experiencias laborales, disponibilidad de recursos para el trabajo (dependiente o independiente) y percepción sobre ZG	Encuesta, cuestionario abierto	Sábana de categorías de análisis, conservando expresiones literales de los entrevistados

Los datos obtenidos en el segundo relevamiento también se procesaron a través de una planilla en Microsoft Excel y una posterior confección de tablas de frecuencia y gráficos.

Los resultados del tercer relevamiento fueron obtenidos a través de una sábana donde se colocaron las categorías de análisis de las entrevistas en las columnas y los casos entrevistados en las filas. En los casilleros de la tabla se consignaron las expresiones literales de los entrevistados para cada una de las categorías originales del relevamiento y las emergentes según bloques de análisis.

El cuarto relevamiento fue analizado en dos etapas que contemplaron: a) datos del entrevistado y b) preguntas sobre el grupo familiar del entrevistado, dando lugar a dos bases. La primera conformada por 36 casos y la segunda por 131. En ambas se procesaron los datos por medio de planillas de Microsoft Excel y el software SPSS, logrando una primera aproximación a partir de tablas de frecuencia y de gráficos. Si bien el análisis fue cuantitativo, se recuperaron expresiones significativas desde la voz de algunos vecinos.

También se realizó un Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) para cada una de las bases por medio del programa SPAD-COHERIS. El ACM se llevó a cabo con la selección de modalidades activas, de manera de omitir las categorías “Sin datos” y “No corresponde”. Esta selección permitió posicionar a los entrevistados de acuerdo con sus condicionamientos objetivos, tales como: género, edad, barrio de residencia, cantidad de miembros del grupo familiar, empleo, nivel educativo, si estudia en la actualidad, entre otras. A su vez, se analizaron como activas las variables que permitían posicionar diferencialmente a los entrevistados en cuanto a la disponibilidad de recursos para trabajar, los trabajos previos, la participación en programas de empleo y las capacitaciones laborales. Además, se consideró la cantidad de horas dedicadas al trabajo, la oferta de productos y/o servicios y la forma de publicitarlos.

Resultados: principales hallazgos de los relevamientos

En esta sección se presenta, en primer lugar, una caracterización de la zona comercial de Güemes; posteriormente se realiza una descripción de los habitantes de GOC y, finalmente, se exploran las potenciales vinculaciones laborales entre ambas zonas.

CARACTERIZACIÓN DE ZONA GÜEMES

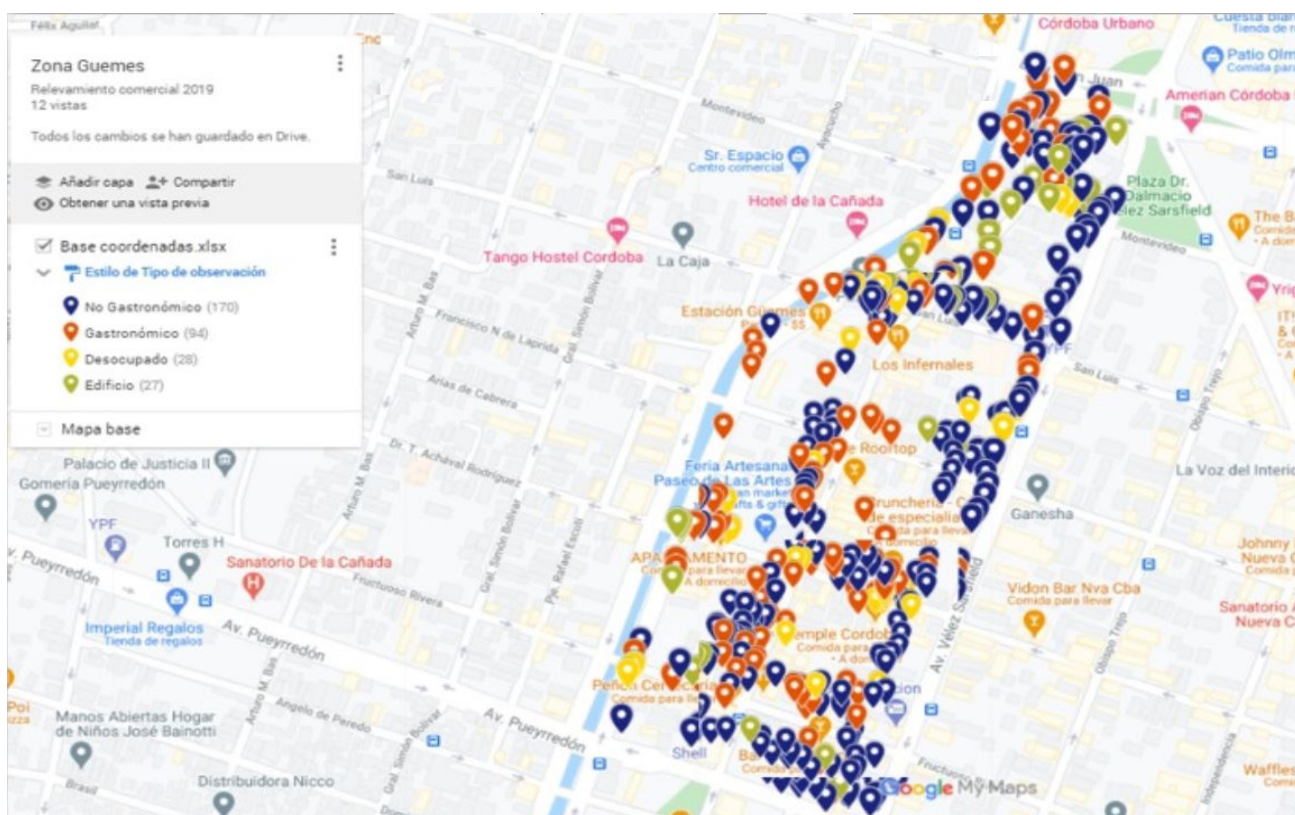
Del mismo modo que lo sucedido en Palermo Viejo, una manifestación del avance del proceso de gentrificación comercial en el sector de ZG, en el pasado un barrio residencial y obrero, se refleja en la composición de las 319 observaciones del primer relevamiento donde nueve de cada diez son locales comerciales.

Además, se evidencia un proceso exitoso en términos de ocupación, dando por resultado una zona que está prácticamente al máximo de su capacidad. El relevamiento en ZG muestra una ocupación promedio por calle y cuadra que asciende al 90% de los locales, crecimiento comercial que ha sido mencionado en el apartado anterior.

Esta transformación puede ser entendida como revalorización simbólica y material (Suyai Pereyra, 2014) de la zona, producto de la construcción social del sector, que adquiere valor con los planes de gobierno y “permite la llegada de más actores al espacio y la inserción de actividades económicas que antes no estaban presentes, el espacio se torna como un espacio de consumo cultural” (Suyai Pereyra, 2014, p. 10).

Figura 2.

Mapa de la Zona Güemes, resultado de la georreferenciación registrando la ubicación de las observaciones relevadas por tipo.



Fuente: Elaboración propia sobre Google Maps.

El estilo bohemio y artístico de Güemes, así como el Tango y los talleres artísticos de La Boca y San Telmo, se conserva en la oferta comercial, principalmente en los locales de decoración, diseño y arte, que junto con los de antigüedades representan el 12% del total de los locales del rubro no gastronómico. Es así que se conserva una impronta asociada a la oferta de productos de decoración, diseño, arte, antigüedades y productos *vintage*, con presencia en los locales comerciales pero, sobre todo, en el PA (ver Figura 1c), manzana 6, y en Figura 2, «Feria Artesanal Paseo de las Artes».

Cabe mencionar que el PA no formó parte del relevamiento de este trabajo, en virtud de haber sido objeto de estudio de Suyai Pereyra y otros: “Las ferias se han convertido en un emblema de barrio Güemes que, junto con la oferta comercial atraen los fines de semana entre 7.000 y 10.000 personas aproximadamente” (Abraham y Suyai Pereyra, 2016, p. 639). En 2016

el Paseo de las Artes cuenta con más de 600 artesanos organizados en 8 ferias de Güemes con permiso municipal y una con permiso provisorio (...) Estas se dedican a vender: objetos antiguos, artes plásticas, textiles, artesanías en diferentes materiales, conservas, pastelería, plantas y flores, libros, entre otros productos (Boito y Suyai Pereyra, 2016, p. 22).

La autora vincula el PA con los locales comerciales, que se valen de la presencia y el movimiento generados por la feria durante los fines de semana y los feriados para capturar demanda y crecer.

Aprovechando la imagen bohemia, algunos comercios comenzaron a generar ofertas de tipo gastronómicas y surgieron emprendimientos relacionados con la puesta en valor de antiguas residencias familiares para albergar negocios de ventas de antigüedades. Estos asociados en cierto modo con la venta de artesanías en la feria del PA, convirtiéndola en uno de los atractivos turísticos más cercanos al centro de la ciudad (Suyai Pereyra, 2014, p. 4).

En las encuestas y entrevistas a comerciantes, se encontró que la mayoría responde a emprendimientos recientes con una identidad propia y que buscan la autenticidad, como organizaciones comerciales unipersonales o como parte de sociedades que tienen menos de seis años de antigüedad (mayormente dos años).

Solo uno de los comercios encuestados está radicado en la zona hace más de 20 años. Este comercio acompañó el proceso de gentrificación del sector, pero su dueño expresa que no ha podido capitalizarlo como le hubiese gustado.

Muchos de los comerciantes describen a la ZG como *juvenil*, de gran movimiento, de clase media, y beneficiaria de las obras públicas. Además de los turistas internacionales que visitan la feria regularmente, cuenta con un público local proveniente del barrio Nueva Córdoba, zona caracterizada por recibir estudiantes universitarios del interior de Córdoba y del país. Este público juvenil guarda estrecha relación con el hecho de que el 50% de los locales gastronómicos sean bares de noche y cervecerías, tal como ocurre en los barrios de Palermo Soho y Palermo Nuevo. Con menor presencia se encuentran en ZG los locales de despacho de comida, que representan el 17%, y los restaurantes, que conforman el 13% del total.

El público joven y el turismo nacional e internacional, junto a un creciente proceso de virtualización asociado a las nuevas tecnologías, la globalización y las modalidades de venta *online* o por *delivery*, dan por resultado la combinación de la presencia de locales comerciales en los espacios territorial y virtual. Siete de cada diez locales están en redes sociales (en particular Google Maps e Instagram) pues es una oportunidad de posicionarse en el mercado local y global. Los locales con mayor presencia en las redes son los gastronómicos (70% Instagram y 83% Google Maps), frente a los no gastronómicos (32% y 55%, respectivamente).

La característica juvenil de la población que asiste al sector y el tipo de actividades realizadas coincide con la edad de los empleados contratados en los locales de la muestra, ya que la mayoría incorpora personal

de entre 26 y 35 años. Cabe mencionar, sin embargo, que existe un grupo de comercios, en torno al 20% de la muestra, que no cuenta con empleados. Ello podría estar asociado a la forma unipersonal de negocio.

Este dato puede proponerse como el primer puente entre ambas zonas, ya que la mayor parte de la muestra de GOC está compuesta por jóvenes de entre 16 y 30 años². Se relevó que el nivel secundario es el máximo alcanzado por la mayoría de los encuestados y su grupo familiar (60%) y que muy pocos acceden al nivel terciario (3,5%) y universitario (8%). Es importante destacar que un 26% de ellos solo ha alcanzado el nivel primario. Esta situación guarda relación con la característica histórica de la clase obrera y trabajadora de la zona.

En ZG, dado que en la muestra de los comercios encuestados el 80% son gastronómicos, surge del estudio que la mayoría de los puestos requeridos son los de mozo, chef, cocinero y ayudante de cocina. Otros servicios potenciales para los comercios de ZG, por las características de su funcionamiento y su proyección son: ventas, marketing digital, administración de redes y generación de contenido digital. También se requieren múltiples servicios tercerizados para su funcionamiento normal, tales como: limpieza, plomería, electricidad, seguridad, carpintería, fumigación, gestión de residuos, mantenimiento de mobiliario y *delivery*.

CARACTERIZACIÓN DE LOS HABITANTES Y EMPLEADOS

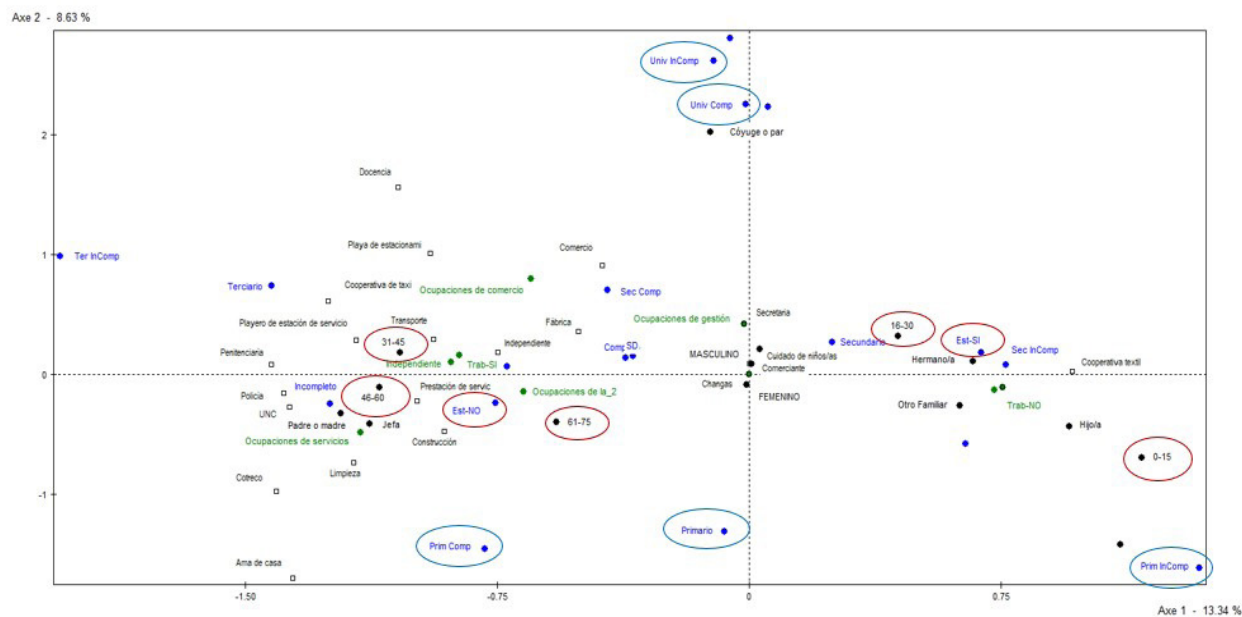
En GOC, los perfiles de los habitantes encuestados son variados: hay jóvenes que aún se encuentran cursando sus estudios secundarios y nunca trabajaron; otros que, a pesar de estar estudiando, trabajan o han trabajado; personas que, habiendo trabajado con anterioridad, al momento de la encuesta no lo hacían; otros que solo trabajan y una persona jubilada. Respecto de sus habilidades, las técnicas resultan las más citadas por los entrevistados, e implican desde cocinar o cortar el pelo, hasta habilidades mecánicas o de plomería. Aproximadamente siete de cada diez encuestados mencionaron poseer alguna de estas habilidades y prácticamente la mitad nombró cualidades personales positivas tales como amabilidad, simpatía, educación o comunicación.

Se identificaron en GOC características diferenciadoras que se pueden observar en el plano factorial de la Figura 3, construido a partir del ACM, que estructuran el espacio de las posiciones de los encuestados y su grupo familiar en cuatro sectores. El primer factor (Axe 1) principalmente estructurado por edad y diferenciando a los estudiantes de quienes ya no estudian; el segundo (Axe 2), oponiendo los distintos niveles educativos, desde primario incompleto a universitario incompleto y completo.

Los jóvenes de entre 16 y 30 años, se vinculan al nivel educativo secundario y estaban estudiando al momento del relevamiento (Est-Si). Los adultos jóvenes (31-45 años) están asociados al secundario completo, a poseer trabajo y a los niveles educativos terciario y universitario.

² Esta composición puede estar vinculada a la elección de los lugares donde se aplicó el instrumento de recolección de datos, ya que uno de ellos correspondió a una escuela nocturna.

Figura 3.
Plano factorial construido a partir del ACM - encuestados y grupo familiar.



Fuente: Elaboración propia

Otro grupo que se distingue en la figura es el conformado por los adultos entre 46 y 60 años, con primario incompleto y completo y secundario incompleto, asociados a la utilización de maquinaria y herramientas, quienes describen sus habilidades en términos artísticos o técnicos.

Una pequeña región del espacio corresponde al grupo de 61 a 75 años, formado por personas de menor nivel educativo -primario incompleto- que no trabajan ni han realizado capacitaciones laborales previas.

Los requerimientos de empleados o prestadores de servicios de ZG, también guardan relación con las motivaciones de los habitantes de GOC. Los encuestados que prefieren ser autónomos, asociados al grupo de edad entre los 31 a 45 años, refieren factores como la independencia, la libertad de horarios, obtener sus propias ganancias, no recibir órdenes ni ser reprendidos por problemas de sus compañeros. Mientras, quienes optan por la relación de dependencia indican la seguridad económica que genera un sueldo fijo y no sentirse capaces de trabajar de manera autónoma (relacionado al grupo de 16 a 30 años).

La demanda de capacitación y experiencia en ZG varía de acuerdo diferentes puestos de trabajo y los diferentes tipos de negocio gastronómico que se trate. Valores recurrentes y transversales, que los comerciantes mencionan en relación con los empleados son la responsabilidad, el compromiso y las ganas de trabajar. También se buscan cualidades como la confianza (refiriéndose a la honestidad y a la realización de sus tareas de manera autónoma), la valoración de un ambiente de trabajo cordial (con los compañeros y la clientela) y un buen servicio al cliente.

Para los empleadores, la responsabilidad llega a ser más valiosa (en el 80% de los casos) que la formación específica para el puesto (en el 60% de los casos). Ellos entienden por responsabilidad ser puntual, resolver problemas, no distraerse con sus compañeros o con el celular, prestar atención a las tareas y pedir ayuda en caso de ser necesario.

Se encuentran similitudes entre estas valoraciones y las de los habitantes de zona GOC, quienes al ser consultados sobre qué consideran necesario para mantener un trabajo, destacaron la responsabilidad (siete de cada diez), la puntualidad y los buenos modales, entendiendo como tales, el respeto, la presencia y el buen trato (aproximadamente cuatro de cada diez).

Respecto a su capacitación laboral, uno de cada tres encuestados manifestó haber realizado alguna: la mayoría en áreas técnicas (73%), y otros en atención al cliente y en orientación laboral. Todos manifestaron el gusto por estas experiencias, indicando que les interesaría capacitarse en oficios como carpintería, electricidad, mecánica o peluquería (47%) y en profesiones como enfermería, arquitectura, policía o policía aeroportuaria (43%); y un menor porcentaje, en idiomas e informática (20%) y en atención al público (20%).

POSIBLES VINCULACIONES LABORALES

En cuanto a la incorporación de personal, la percepción de muchos comerciantes de ZG es de constante movimiento (rotación) y crecimiento (nuevos puestos). La temporada de mayor dinamismo es la estival. Para la búsqueda de personal, se recurre principalmente a referencias y recomendaciones de conocidos, de empleados anteriores y de colegas; estos, se asocian a la intención de ganar algún tipo de previsibilidad y de tener conocimiento sobre las cualidades y aptitudes de los aspirantes a partir del compromiso que aporta quien otorga la referencia.

Cuando la búsqueda se refiere a servicios tercerizados, los encuestados mencionan acudir a publicaciones y/o anuncios y expresan el valor que tienen las recomendaciones, que combinan con la información en redes sociales. Lo que buscan es que el proveedor sea responsable: que cuente con disponibilidad horaria para la entrega de los productos o servicios y que cumpla con las condiciones pactadas (día de entrega, precio, calidad, etc.). Del mismo modo que en la contratación de empleados, los comerciantes buscan ganar estabilidad y previsión para sus productos y servicios.

El lugar de residencia de los empleados es un elemento relevante: si bien los comerciantes expresaron no tener preferencia por el lugar de procedencia, varios reconocieron el beneficio, para el propio empleado,

de tener residencia cercana a la zona (distancia geográfica). No obstante, la mayoría de los empleados de los locales encuestados provienen del barrio Nueva Córdoba y sólo un pequeño porcentaje son de GOC, poniendo de relieve la primacía que tiene la distancia social.

Ello da lugar a un relativo desplazamiento simbólico y psicológico de la población de GOC. Pareciera evidenciarse, en este punto, lo que analizan Boito y Suyai Pereyra (2016) en relación con el cercenamiento progresivo del derecho al espacio urbano de los sectores populares, que puede ser entendido como un fenómeno no necesariamente voluntario ni consciente, en este caso ejemplificado en las posibilidades laborales en ZG de los habitantes *del otro lado de La Cañada*.

Esto parece reforzarse con la autopercepción de los habitantes *del otro lado de La Cañada* cuando respondieron sobre los recursos con los que contaban para trabajar: el 20% de la muestra optó por no responder y casi la mitad de los que contestaron manifestó no contar con medios para trabajar; solo el 29% dijo poseer algún medio de movilidad y apenas el 11% mencionó contar con conocimientos.

Los comerciantes entrevistados parecen tener una representación de la zona como dos áreas marcadas y delimitadas por La Cañada. *Este lado de La Cañada* es caracterizado como un espacio “divertido”, “familiar”, con “diversidad cultural”, de “clase media” y “cosmopolita”. El *otro lado de La Cañada* es caracterizado de manera diferente: como un “barrio sin protección, una zona liberada” y como un espacio “oscuro, peligroso, aburrido”. Esto refuerza la estigmatización histórica de GOC asociada a “El Abrojal” que ya se mencionara en la introducción. Otros, destacan que hay una parte linda, una zona cultural, que necesita de “proyectos que ayuden a integrar a la gente”.

Una visión similar se desprende de las encuestas realizadas a los habitantes de GOC, quienes identifican zonas buenas y malas. Muchos de ellos se refieren a este sector como “peligroso y/o inseguro”, otros lo caracterizan como heterogéneo y no bien conocido, y algunos de ellos lo describen como “humilde”, “vivo”, “antiguo” y “muy poblado”.

Al ser consultados por los pocos casos de empleados que residen en la zona GOC, los comerciantes relataron que sus experiencias han sido buenas y pareciera no haber resistencia a contratar servicios o empleados dependiendo de la zona de procedencia. Tal es el caso del propietario de un restaurante entrevistado y el de una de las cervecerías. Ellos expresaron haber contratado personal de GOC como garzones, con una experiencia favorable: “la experiencia fue buena, [era] buena onda, amable” (restaurante). En una panadería destacaron una experiencia de atención al público “positiva”, como también en una herrería, donde se contrataron albañiles y electricistas, resultando en una “buena” experiencia. En otra de las cervecerías, un entrevistado detalló, respecto de los empleados, que “no hay diferencia entre barrios” y otro expresó tener “excelente experiencia, están desde que abrió el bar”.

Discusión

El presente artículo, enmarcado en la IAP, buscó identificar tanto potenciales vinculaciones (laborales y comerciales) como resistencias entre los comerciantes de Zona Güemes (ZG) y los vecinos de la zona comprendida por los barrios Güemes, Observatorio y Cupani (GOC), aprovechando la proximidad geográfica con una de las zonas de mayor gentrificación comercial de la última década. Fue redactado sobre la base de un primer momento diagnóstico del proyecto de extensión universitaria “Güemes Solidario. Un 2x1 en Compromiso”.

En cuanto a la perspectiva teórica desde la cual se analizó el caso, se encontraron rasgos que permiten caracterizar el proceso de gentrificación en ZG, desde: a) la corriente urbanista crítica y b) la perspectiva que entiende el proceso de gentrificación como algo positivo. Un ejemplo de la primera lo constituye lo que se ha denominado como un proceso de *autoexclusión* de los vecinos de GOC de las posibilidades laborales en el área gentrificada y la percepción de una profunda distancia simbólica entre la zona *de este lado de La Cañada* –divertida, familiar, cosmopolita– y *del otro lado de La Cañada* –oscura, aburrida y sin protección–. Desde la segunda perspectiva, se puede recuperar la revalorización del espacio que perciben los diversos actores que lo circundan o visitan, e incluso, pensar este proceso como una posibilidad para los habitantes de GOC de beneficiarse de nuevos vínculos con ZG.

En relación con los antecedentes, fue posible identificar puntos de contacto, como los procesos de desvalorización edilicia de determinados sectores de la ciudad y posterior revalorización urbana anclada a una impronta cultural y artística del lugar, similares a los observados en Buenos Aires, Santa Fe y Santiago de Chile. Además, se identificó la gentrificación comercial asociada a la generación de circuitos turísticos, comerciales y de entretenimiento, que fueron acompañados por la exclusión de determinados sectores de la población.

Este fenómeno de gentrificación comercial genera procesos de inversión y desinversión que a la vez producen nuevas fronteras urbanas. El aporte de esta investigación consiste en mostrar que es posible generar puntos de contacto entre los comerciantes de ZG (demandantes de trabajadores y/o de prestadores de bienes y servicios) y los vecinos de GOC (oferentes de trabajo y/o prestadores de bienes y servicios) con posibilidades de lograr una significativa ganancia mutua y una disipación de esta nueva frontera.

Una gran proporción de comerciantes mencionó, en el momento de las encuestas y entrevistas, la necesidad de contratar empleados y prestadores de servicios en el corto y mediano plazo, y no expresaron resistencias a recurrir a los vecinos de GOC para ello. Otro factor favorable al establecimiento de vínculos entre ambas zonas lo constituye su cercanía geográfica, que disminuye las dificultades asociadas al traslado a través de la mancha urbana.

La juventud, una de las características predominantes de los visitantes y empleados de ZG, coincide con el grupo mayoritario encuestado en GOC, que manifestó preferencia por trabajar en relación de dependencia, haciendo visible una posible conexión entre oferta y demanda de empleo.

Por otra parte, la variedad de bienes y servicios ofrecidos por los vecinos *del otro lado de La Cañada* tiene correlato con los requerimientos de los comerciantes *de este lado de La Cañada*, convirtiéndose en un rasgo destacable de la posible vinculación antes mencionada. En este sentido, resultaría propicia la creación de una guía de productos y servicios -quizás una aplicación móvil- que permita a los comerciantes de ZG conocer y acceder rápidamente a la oferta de los vecinos de GOC. Se podría pensar, también, en la generación de una cooperativa de servicios, pues esta forma jurídica brinda mayor seguridad y previsibilidad a los comerciantes, además de contención a los vecinos de GOC.

Otra intervención que podría potenciar la relación entre ambos sectores es la capacitación de los vecinos de GOC en las actividades para las que los comerciantes requieren personal y prestadores. Se hace visible, también, la necesidad de reforzar habilidades para desempeñarse, tanto en la situación de entrevista laboral como en los puestos de trabajo, considerando como elementos fundamentales el compañerismo (trabajo en equipo), el profesionalismo y la capacidad de resolución de situaciones problemáticas asociadas a las funciones laborales. Por otra parte, se vislumbra como necesaria la formación en gestión de recursos humanos para los emprendedores de ZG, que expresan dificultades para establecer las reglas de trabajo, transmitir las funciones específicas de cada empleo y administrar el personal.

Como se puede apreciar, el trabajo sobre ZG y GOC es extenso, panorámico y en ocasiones rico en detalles. No se ha pretendido realizar una descripción pormenorizada y sumamente precisa de ambas zonas, sino reconstruir condiciones objetivas y subjetivas que permitan una digna y adecuada transferencia de recursos entre estas dos áreas del espacio urbano. Los resultados de esta investigación se han puesto en valor en acciones concretas de intervención en ambas zonas en una segunda etapa del proyecto prevista para el período 2022/2023.

Además, se ha podido reconocer que los procesos de gentrificación, en particular los de gentrificación comercial en América Latina, no están desvinculados de procesos de auto-desplazamiento y de auto-exclusión territorial de determinados sectores de la población, ni en términos de distancia geográfica, ni en términos de distancia simbólica y social.

Los conceptos de auto-desplazamiento y auto-exclusión han sido mentados con el propósito crítico de dar cuenta del modo en que el desplazamiento y la exclusión en los contextos de gentrificación económica se concreta, sin necesidad de barreras físicas o de una coerción directa. Con estos conceptos, se busca mostrar cómo la gentrificación incide en las percepciones, representaciones y prácticas de los sujetos de un modo no necesariamente consciente y voluntario.

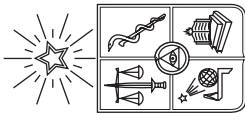
Por lo tanto, detectar estas nuevas fronteras y diagnosticar sus principales efectos diseñando políticas públicas tendientes a disminuirlas, es una responsabilidad que debe ser asumida por los Estados, como forma de garantizar una democratización del uso del espacio urbano y la redistribución de los beneficios generados por la revalorización de determinados sectores de la ciudad.

Referencias bibliográficas

- Abraham, E. y Suyai Pereyra, A. (2016). *Configuraciones estratégicas en torno al espacio. Caso Barrio Güemes y Alberdi*. Universidad Nacional de Córdoba. Repositorio Digital Universitario. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/5943>
- Arreortua, L. A. S. (2013). Gentrificación en la ciudad latinoamericana. El caso de Buenos Aires y Ciudad de México. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 4(44), 281-304. <https://doi.org/10.14198/GEOGRA2013.4.44>
- Barenboim, C. A., Duarte, J. I., y Finch, N. (2011). Captación de plusvalías en el frente de renovación urbana del barrio Pichincha, Rosario – Argentina (2003 – 2010). *Revista Iberoamericana de Estudios Municipales*, (3), 15-39. <https://doi.org/10.32457/riem.vi3.427>
- Bischoff, E. (1997). *Historia de los barrios de Córdoba. Sus leyendas, instituciones y gentes*. Copiar.
- Boccolini, S. y Kirschenmann, S. (2016). *Visibilizando procesos de gentrificación en Córdoba, Argentina. El caso de barrio Güemes*. [Ponencia]. Congreso Internacional Contested Cities Madrid.
- Boito, M. y Suyai Pereyra, A. (2016). Embellecimiento estratégico en la ciudad de Córdoba. Continuidades, tensiones y rupturas en las prácticas del habitar en el barrio Güemes (2000-2014). *Estudios Socioterritoriales Revista de Geografía*, (19), 13-29.
- Cameron, S. y Coaffee, J. (2005). Art, gentrification and regeneration—from artist as pioneer to public arts. *European Journal of Housing Policy*, 5(1), 39-58. <https://doi.org/10.1080/14616710500055687>
- Cócola-Gant, A. (2015). Gentrificación y turismo en la ciudad contemporánea. *Turismo y Desarrollo*, (14), 1-7.
- Contreras, Y. (2017). De los “gentries” a los precarios urbanos. Los nuevos residentes del centro del Santiago. *EURE*, 43(129), 115-141. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612017000200006>
- Cordero, L. y Salinas, L. A. (2017). Gentrificación comercial. Espacios escenificados y el modelo de los mercados gourmet. *Revista de Urbanismo*, (37), 1–12. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2017.45735>
- Deutsche, R. y Ryan, C. G. (1984). The fine art of gentrification. *October*, 31, 91-111. <https://doi.org/10.2307/778358>
- Dócola, S. y Múgica, M. L. (2006). *Miradas históricas y espaciales para el plan especial Pichincha de Rosario* [Ponencia]. IV Jornadas Nacionales Espacio, Memoria e Identidad. Rosario, Argentina.
- Durán, V., Yacovino, M. P., Domenech, T., Rubio, M., y Uzubiaga, M. (2005). Mapas barriales: ¿marca de las nuevas centralidades? Los casos de San Telmo, Abasto, Palermo Viejo y Lanín. En M. Welch Guerra, M. Aguila, y M. C. Arizaga, (Comps.), *Buenos Aires a la deriva: transformaciones urbanas* (pp. 409-429). Biblos.
- Fals Borda, O. (1999). Orígenes universales y retos actuales de la IAP. *Análisis político*, (38), 73-90.
- Ferrero, M. M. y Gallego, A. (2012). *Ciudades exclusivas: Entre el discurso de la participación y el modelo securitario* [Ponencia]. VII Jornadas de Sociología de la UNLP. La Plata, Argentina.
- Freeman, L., y Braconi, F. (2004). Gentrification and displacement in New York City. *Journal of the American Planning Association*, 70(1), 39-52. <https://doi.org/10.1080/01944360408976337>

- Giovine, M., Funes, M., Suárez Achilla, N., González, N., y Nahas, E. (2019). *Informe de datos 2019*. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba. (J. J. Vega, Dir. proyecto Güemes solidario. Un 2x1 en compromiso).
- Glass, R., Hobsbawm, E., Pollins, H., Ashworth, W., Westergaard, J., Holford, H., Jefferys, M., Jackson, J., y Patterson, S. (1964). *London: aspects of change*. MacGibbon and Kee.
- Hamnett, C. (2009). The new Mikado? Tom Slater, gentrification and displacement. *City*, 13(4), 476-482. <https://doi.org/10.1080/13604810903298672>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (Argentina). (2010). *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010*. Autor.
- Janoschka, M. (2016). Gentrificación – desplazamiento – desposesión: procesos urbanos claves en América Latina. *Revista INVI* 31(88), 27-71. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582016000300002>
- Janoschka, M., Sequera, J., y Salinas, L. (2014). Gentrificación en España y América Latina. Un diálogo crítico. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 7-40. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022014000200002>
- Less, L., Slater, T., y Wyly, E. (2008). *Gentrification*. Routledge.
- Lorenzen, M. (2015). ¿La gentrificación rural y urbana como factor de anclaje de la población originaria? Indicios desde Morelos, México. En V. Delgadillo, I. Díaz y L. Salinas (Coords.), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y Latinoamérica* (pp. 275-302). Contested Cities-UNAM.
- Mapa de los barrios de la ciudad de Córdoba. (s. f.). Municipalidad de Córdoba. <https://gobiernoabierto.cordoba.gob.ar/data/datos-abiertos/categoria/geografia-y-mapas/barrios-de-la-ciudad/118>
- Marcuse, P. (1985). Gentrification, abandonment, and displacement: Connections, causes, and policy responses in New York City. *Journal of Urban and Contemporary Law*, 28, 195-240.
- Martí-Costa, M., Durán, G., y Marulanda, A. (2016). Entre la movilidad social y el desplazamiento. Una aproximación cuantitativa a la gentrificación en Quito. *Revista INVI*, 31(88), 131-160. <https://doi.org/10.4067/S0718-83582016000300005>
- Observatorio Metropolitano de Madrid. (2015). *El mercado contra la ciudad. Globalización, gentrificación y políticas urbanas*. Traficantes de sueños.
- Rojas, E. (2004). *Volver al centro. La recuperación de áreas urbanas centrales*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sabatini, F., Vásquez, H., Robles, M., y Rasse, A. (2010). Gentrificación sin expulsión, fuerza de transformación de las ciudades latinoamericanas: datos e interpretación para Santiago. En F. Sabatini, R. Salcedo, G. Wormald y G. Cáceres (Eds.), *Tendencias de la segregación en las principales ciudades chilenas* (pp. 165-184). Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto Nacional de Estadísticas.
- Slater, T. (2010). Still missing Marcuse: Hamnett's foggy analysis in London town. *City*, 14(1-2), 170-179. <https://doi.org/10.1080/13604811003633719>
- Suyai Pereyra, A. (2014). *Sobre revalorización urbana del espacio público, el caso Paseo de las Artes. Aportes teóricos-conceptuales* [Ponencia]. Congreso Pre-ALAS, Calafate, Argentina.
- Suyai Pereyra, A. (2015). El espacio público. Revalorización y transformaciones en el Paseo de las Artes. *Cardinalis, Revista del Departamento de Geografía*, 4, 91-111.
- Vigdor, J. (2002). Does gentrification harm the poor? *Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs*, 3, 133-182. <https://doi.org/10.1353/urb.2002.0012>
- Von Lücken, M. (2013). Análisis del conflicto en torno a la construcción del Puente Letizia en la ciudad de Córdoba (Argentina). *Quaderns-e de l'Institut Català d'Antropologia*, 18(2), 112-128.
- Zibechi, R. (2008). *América Latina: periferias urbanas, territorios en resistencia*. Ediciones Desde Abajo.

revistainvi



Revista INVI es una publicación periódica, editada por el Instituto de la Vivienda de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile, creada en 1986 con el nombre de Boletín INVI. Es una revista académica con cobertura internacional que difunde los avances en el conocimiento sobre la vivienda, el hábitat residencial, los modos de vida y los estudios territoriales. Revista INVI publica contribuciones originales en español, inglés y portugués, privilegiando aquellas que proponen enfoques inter y multidisciplinares y que son resultado de investigaciones con financiamiento y patrocinio institucional. Se busca, con ello, contribuir al desarrollo del conocimiento científico sobre la vivienda, el hábitat y el territorio y aportar al debate público con publicaciones del más alto nivel académico.

Directora: Dra. Mariela Gaete Reyes, Universidad de Chile, Chile

Editor: Dr. Luis Campos Medina, Universidad de Chile, Chile.

Editores asociados: Dr. Gabriel Felmer, Universidad de Chile, Chile.

Dr. Pablo Navarrete, Universidad de Chile, Chile.

Mg. Juan Pablo Urrutia, Universidad de Chile, Chile

Coordinadora editorial: Sandra Rivera, Universidad de Chile, Chile.

Asistente editorial: Katia Venegas, Universidad de Chile, Chile.

Traductor: Jose Molina Kock, Chile.

Diagramación: Ingrid Rivas, Chile

Corrección de estilo: Leonardo Reyes Verdugo, Chile

COMITÉ EDITORIAL:

Dr. Víctor Delgadillo, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.

Dra. María Mercedes Di Virgilio, CONICET/ IIGG, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Dra. Irene Molina, Uppsala Universitet, Suecia.

Dr. Gonzalo Lautaro Ojeda Ledesma, Universidad de Valparaíso, Chile.

Dra. Suzana Pasternak, Universidade de São Paulo, Brasil.

Dr. Javier Ruiz Sánchez, Universidad Politécnica de Madrid, España.

Dra. Elke Schlack Fuhrmann, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile.

Dr. Carlos Alberto Torres Tovar, Universidad Nacional de Colombia, Colombia.

Sitio web: <http://www.revistainvi.uchile.cl/>

Correo electrónico: revistainvi@uchilefau.cl

Licencia de este artículo: Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0
Internacional (CC BY-SA 4.0)