

Provincia de Córdoba  
Consejo Federal de Inversiones

**"Estudio de los rasgos identitarios de la ciudad de Córdoba a fin de ir hacia una *“Marca Córdoba”*, destinada especialmente a la oferta de servicios"**

Informe Final

Buenos Aires, 17 de diciembre de 2007

**Autoridades de la Provincia de. Córdoba:**

Gobernador: José Manuel De la Sota

Ministro de Economía y Finanzas: Angel Mario Elletto

**Autoridades del Consejo Federal de Inversiones:**

Secretario general: Ing. Juan Lope Ciácer

**Experta:**

Lic. Gabriela Cicalese

## INDICE DEL INFORME

<b>Resultados del Informe cuantitativo</b>	<b>5</b>
Características de la ciudad y su gente	18
Opciones Duales	24
Opciones en la Política y la Música	28
Antecedentes de Marca	31
Personas representativas de la Ciudad	33
<b>Análisis de las entrevistas en profundidad</b>	<b>40</b>
1) <i>LOS CORDOBESES</i>	42
2) <i>LA HISTORIA</i>	49
3) <i>EL PRESENTE y LA EXPECTATIVA DE FUTURO</i>	55
4) <i>EL LUGAR GEOGRÁFICO DE CÓRDOBA</i>	60
5) <i>LUGARES REPRESENTATIVOS, HITOS URBANOS</i>	61
6) <i>COSMOPOLITISMO – INMIGRACIÓN</i>	65
7) <i>BUENOS AIRES COMO VARA DE COMPARACIÓN</i>	66
8) <i>CIUDAD E INTERIOR</i>	70
9) <i>UNIVERSIDAD – INTELECTUALES – CULTURA – LA DOCTA</i>	72
10) <i>EL HUMOR</i>	78
11) <i>EL CUARTETO</i>	80
12) <i>PERSONAS E INSTITUCIONES REPRESENTATIVAS DE CÓRDOBA</i>	82
 <b>ETAPA 3:</b> Diseño de una jerarquía de componentes básicos y complementarios que debiera incorporar comunicacionalmente la marca Córdoba Ciudad.	
Hitos condensadores de la Identidad	86
1) Hitos de apropiación	87
2) Hitos de motivación	90
3) Hitos condensadores de identificación con un rol social	92
4) Hitos de definición identitaria: las continuidades y los cambios	95
5) Hitos de perspectiva: la propia vara de identidad	102
 Características principales de la identidad a incluir en un diseño de marca	 104
Características secundarias que podrían incluirse en el diseño de marca	112
A la hora de elaborar una caracterización de marca	113
 Bibliografía	 118
 <b>ANEXO I:</b>	
Ficha Técnica de la Encuesta a Población y Modelo de Cuestionario	119

### Resultados del Informe cuantitativo.

Análisis de los datos de la encuesta a población general realizada según especificidades de diseño de investigación, elaboración muestral, cuestionario piloto y definitivo, cuadernillo de capacitación a encuestadores/as y demás especificidades técnicas evaluados en el Primer Informe Parcial.

¿Córdoba es un buen lugar para vivir?

Sí	90,55%
No	9,45%

La primera percepción, que se refuerza en las respuestas a distintos disparadores que abordan la ciudad en su conjunto, es que los cordobeses están conformes con la ciudad.

En términos de espacios físicos, los lugares que mejor simbolizan a Córdoba son:

LUGARES N° 1: Lugares que mejor simbolizan a la Ciudad de Córdoba

La Catedral	20,06%
La Cañada	18,24%
El Arco	16,11%
Plaza San Martín	10,94%
El Cabildo	5,47%
Parque Sarmiento	3,95%
Patio Olmos (shopping)	2,74%
Terminal de Ómnibus	2,13%
Río Suquía	2,13%
Plaza Colón	1,82%
Esquina de Avda. Colón y Avda. General Paz	1,52%
Monumentos Históricos	1,52%
Chateau Carreras	1,22%
Las Canchas de Fútbol (de Talleres y Belgrano)	1,22%

Es interesante que se rescatan sitios puntuales y muy tradicionales de la ciudad. Con excepción del *Patio Olmos* (shopping que cuenta con poco más de una década de presencia en la ciudad), los demás sitios son hitos del centro histórico de la ciudad (*Catedral, Cabildo, el Arco, la Cañada*). También resulta interesante

que mientras que las Plazas se mencionan puntualmente (con menor cantidad de menciones aparece también *el Paseo Sobremonte*), los centros históricos son mencionados genéricamente (recordamos que no se trata aquí de una categorización posterior en la codificación sino del reflejo del propio discurso de los encuestados, que dice “los monumentos”, “los sitios históricos”, etc). Luego, aparecerán con el 0.91% de las menciones: *el Centro, la Ciudad Universitaria, la Municipalidad, la Manzana Jesuítica, y los barrios Nueva Córdoba y San Vicente*.

Las Canchas de Fútbol son también referidas con la especificidad del Club al que pertenecen (generalmente con el que simpatiza el encuestado/a). No se han encontrado respuestas que unifiquen ambas canchas como simbólicas sino sólo la de *Talleres*, o sólo la de *Belgrano*. Ningún otro club aparece mencionado como espacio por su estadio (y el de Talleres se menciona aún cuando no está siendo usado), si bien aparecerán al consultar por instituciones, nombres de deportistas u otras referencias ligadas a la ciudad.

Aparece aquí el Río Suquía mientras que al consultarse por el uso de los espacios por sectores específicos aparecerá la mención más coloquial de “la costanera”. Mientras el Río es simbólico, la costanera es el sitio propio para los habitantes.

## LUGARES Nº 2: Lugar más lindo de la Ciudad

Parque Sarmiento	25,84%
Paseo del Buen Pastor	7,60%
Patio Olmos (shopping)	6,08%
El Centro histórico	5,78%
Plaza San Martín	4,86%
La Catedral	3,95%
Barrio Nueva Córdoba	3,65%
La Cañada	3,34%
Plaza España	2,74%
No sabe – todos son lindos	2,74%
Río Suquía	2,43%
Cerro de Las Rosas	2,13%
Manzana Jesuítica	1,82%

Monumentos Históricos	1,52%
Todas las Iglesias	1,22%
Ciudad Universitaria	1,22%
Parque Autóctono	1,22%
Zona Norte	1,22%
Ninguno	1,22%
Paseo Sobremonte	0,91%
Parque de las Naciones	0,91%
La peatonal	0,91%
Las sierras	0,91%
Plaza de la Intendencia	0,61%
Plaza Rivadavia	0,61%
El Cabildo	0,61%
Chateau Carreras	0,61%
Esquina del Correo	0,61%
Iglesia de los Capuchinos	0,61%
Barrio San Martín	0,61%
Avda. Sabatinni	0,61%
Canchas (Talleres / Belgrano)	0,61%
Zona del Teatro Orfeo y Shopping Dinosaurio	0,61%

La primera observación es la mayor concentración en la primera respuesta: el *Parque Sarmiento*, que como lugar simbólico se encontraba en 6to. lugar con menos de 4% de las menciones mientras que ahora supera en esa cantidad la concentración de las menciones que recibía *La Catedral* como lugar simbólico. La brecha entre las menciones a este Parque y la gran dispersión del resto de los mencionados (aún sumando los registros de los 4 sitios siguientes en el orden, la cantidad no alcanza a las menciones del Parque como lugar más lindo). Se destaca que ocupa el segundo puesto el *Paseo del Buen Pastor*, que es un sitio recientemente inaugurado en el predio donde funcionó una cárcel de mujeres durante décadas. Esto explica también que si bien se encuentra entre los “más lindos” de la ciudad no aparezca siquiera con una sola mención entre los más representativos o simbólicos. También es interesante que el Correo aparece aquí referido directamente como edificio, mientras que al mencionar los lugares más simbólicos en la pregunta anterior aparecía la referencia a la esquina (Avda. Colón

y Avda. General Paz), en alusión más al espacio público, a la concentración de gente tradicional en esa esquina, en la que (si bien está incluido el edificio de Correo) lo que importa es la “esquina” como lugar abierto y público.

### LUGARES Nº 3: Lugar más feo de la Ciudad

Villas, barrios marginales	14,94%
Ninguno – no hay sitios feos	11,89%
Mercado Norte, lugares sucios del centro	7,01%
No sabe	7,01%
Basurales en los barrios	6,10%
La costanera	5,48%
Los accesos a la ciudad, la ruta 9	2,74%
Villa El Libertador	2,74%
Terminal de ómnibus	2,13%
Zoológico	2,13%
La Peatonal San Martín	1,83%
Circunvalación	1,83%
Plaza San Martín	1,83%
Isla de los Patos	1,52%
Ferrocarril Belgrano	1,22%
Parque Sarmiento	1,22%

Cuando se plantean las *Villas* o *Barrios Marginales* se hacen dos tipos de alusiones: la general realizada con esas dos denominaciones; o la mención a alguna villa puntual (generalmente la más cercana al domicilio del entrevistado/a).

Hay una extensa descripción de otros Barrios no considerados marginales, pero sí rotulados como “feos” por los habitantes: Guiñazú, Barrio IPV, Estación Flores, San Vicente, Barrio San Martín, Villa Páez, Suárez, Las Violetas, Bower, Campo de la Rivera, Empalme, Barrio Coronel Olmedo, Parque Residencial, Ituzaigó Anexo, Iponá, 1ro. de Mayo, Barrio Observatorio, Gûemes, Villa Urquiza, Barrios de De la Sota, Renacimiento, José Ignacio Díaz, Villa Adela, Avda. Storni, Yapeyú, Talleres, Barrio Comercial, San Roque. Cada uno de ellos cuenta con una o dos menciones.

También aparecen: El ex mercado de Abasto, la Plaza Colón, el Parque Las Heras, Cementerio, la Recta Martinoli, Avda. Fuerza Aérea, el Canal, Avda. Pueyrredón, Avda. Sabattini, Calle Humberto Primo, Ruta 20, Bulevar Maldonado. Tanto éstos como algunos de los que aparecen más concentrados en las menciones del cuadro (costanera, terminal de ómnibus, peatonal, zoológico, parques, Isla de los Patos), hacen alusión al estado de mal mantenimiento (básicamente de falta de higiene urbana) y al estado de las calles en general. Es decir, no se mencionan como sitios que son “feos” en sí mismos sino que aparece reiteradamente la alusión a “*está mal*”, “*está muy sucio*”, “*está descuidado*”, etc.

Sumado esto a que la segunda proporción de respuestas, casi un 12%, indica que no hay sitios feos en la ciudad, da cuenta de una gran aceptación de los habitantes a las cuestiones estructurales y urbanas: diseños de espacios verdes y de circulación, monumentos e historia de la ciudad. Lo “feo”, o no existe o es producto del descuido coyuntural de gestiones municipales.

Más allá del registro personal de los habitantes, la indagación de los lugares simbólicos se ha complementado con aquello que recomendarían a los turistas, un modo de rastrear los hitos condensadores de sentido en relación al orgullo por lo propio, aquello digno de ser mostrado.

LUGARES N° 4: Lugares imperdibles (aquellos que los habitantes recomendarían a los turistas).

Parque Sarmiento	14,88%
La Catedral	10,44%
Paseo Cultural del Buen Pastor	8,86%
El Centro	7,60%
Plaza San Martín	5,70%
Patio Olmos (shopping)	5,22%
Manzana Jesuítica	4,75%
Cabildo	4,27%
La Cañada	3,01%

Monumentos históricos	2,85%
Las Iglesias	2,69%
Los shoppings	2,06%
Ciudad de las Artes	1,90%
Cripta	1,90%
Río Suquía	1,68%
Plaza Colón	1,27%
Chateau Carreras	0,95%
Zoológico	0,95%
Peatonal San Martín	0,95%
Las sierras	0,95%
Shopping de Villa Cabrera	0,79%
Museo Sobremonte	0,79%
Plaza de la Intendencia	0,63%
Nuevocentro Shopping	0,63%
Teatros (especialmente El Orfeo)	0,63%
Paseo de las Pulgas	0,63%
Zona del Orfeo/ Dinosaurio	0,63%
Museo Caraffa	0,63%

En algunos casos dentro de la mención al Parque Sarmiento se especifica puntualmente el Solar, el Rosedal, la Avda. del Dante. Por lo demás, el nivel de generalidad aquí es mayor que en otras preguntas: hace alusión a que se vuelven “imperdibles”, “todas” las iglesias, “todos” los monumentos históricos o los shoppings, “todo” el centro de la ciudad. La Manzana Jesuítica, que ha sido declarada Patrimonio Histórico de la Humanidad hace menos de una década, trepa aquí al 4,75% de las menciones y aparece en la agenda de los sitios “recomendados” en séptimo lugar en las menciones, mientras que en tanto sitio simbólico de la ciudad no alcanzaba el 1% de las menciones. También llama la atención que un shopping sea recomendado con mayor proporción que esta Manzana por los habitantes.

Aparecen también con mínimas menciones completando esta nómina: *Nueva Córdoba, Zona del Colegio Monserrat (Obispo Trejo), los bailes de cuarteto,*

*Iglesia de los Capuchinos, Teatro San Martín, Paseo Sobremonte, el Arco, la Ciudad Universitaria, el Correo, Barrio Alberdi, Parque Autóctono, Plaza España, Palacio Ferreyra, Parque de las Naciones, Barrio Alta Córdoba, la zona norte de la ciudad, Barrio San Vicente, La Isla de los Patos, la Fabrica Militar, Museo de Ciencias Naturales, Avda. Illia, Jardín Botánico, el Cabalén,*

Remitir a “las sierras” va a ser un tópico reiterado en las distintas preguntas, aún cuando los encuestadores tenían expresas instrucciones de resaltar en cada pregunta la referencia a la “ciudad” y aún cuando una pregunta explícitamente invocaba pensar las diferencias entre la ciudad y el resto de la provincia.

Hay varias menciones que, si bien cuantitativamente no son tan significativas, atraviesan distintas cuotas etáreas, de género y geográficas, lo cual las convierte en un dato digno de ser relevado en términos de que la Marca Córdoba tiene una finalidad también ligada a servicios de atracción turística. Frente a esta pregunta aparecen respuestas como *“que vayan a la Terminal y se informen”* (allí funciona una oficina de Turismo), *“que se informen ellos solos”*, o *“que les pregunten a los zorros grises dónde pueden ir”* (los zorros grises son policías de tránsito municipales, que no tienen específicamente formación turística). Incluso en alguna mención al Cabildo se acompaña *“a la oficina de turismo”* que también se encuentra allí.

#### LUGARES N° 5: Lugares de Tránsito en la Ciudad

El propio barrio	44,09%
El Centro	19,71%
La peatonal	4,38%
Avda. Colón	3,83%
Por todos lados	2,91%
Microcentro o Mercado Norte	2,74%
Ciudad Universitaria	2,55%
Castro Barros, Avda. Santa Fe	2,55%

Avda. Gral Paz, Vélez Sarsfield	2,19%
Plaza San Martín	2,01%
Juan B. Justo, Bulnes, Patria, Alem	1,82%
27 de Abril, San Jerónimo, Dean Funes, Duarte Quiróz	1,09%
Avda. Rafael Nuñez	1,09%
Por todas las Avenidas	0,91%
Avda. Chacabuco	0,91%
Parque Sarmiento	0,73%
Patio Olmos (shopping)	0,73%
Avda. Sabattini	0,73%
Plaza Colón	0,55%
Los CPC	0,55%
Avda. Hipólito Irigoyen	0,55%
Recorridos de Ómnibus o Trole	0,36%
Calle Fragueiro	0,36%
Avda. Fuerza Aérea	0,36%
Soldado Ruiz	0,36%
Policía, Tribunales	0,36%
Avda. Colón y General Paz	0,36%

Es interesante que entre la amplia mayoría que menciona a su propio barrio como lugar de tránsito, más de la mitad mencionan salir *“por aquí, por el barrio”* y sólo algunos suman o nombran un barrio cercano. Entre los que aparecen explicitados mencionamos: Nueva Córdoba, Alta Córdoba, Alberdi, Alto Alberdi, Villa Cabrera, Gral. Bustos, Pueyrredón, San Martín, Yapeyú, Gral. Paz, Junior, 1ro. de Mayo, Leandro N. Alem, Chateau Carreras, El Cerro de las Rosas, Argüello, Lomas de la Carolina, San Rafael, Villa Cabrera, Parque República.

Asimismo, sin la pregunta directa por los sitios específicos, el Centro como lugar de tránsito, más allá de sus usos y sus zonas, pierde percepciones concretas y se vuelve una generalidad. Con una sola mención aparecen: Plaza Jerónimo del Barco, Cabildo, Cañada, Terminal de Ómnibus, Nuevocentro Shopping, Río o costanera, Supermercados, Manzana Jesuítica.

LUGARES Nº 6: Hitos urbanos o puntos de referencia para orientarse en la ciudad

Aparecen aquí aquellos puntos que, sin ser rescatados como simbólicos imperdibles, especialmente agradables o desagradables, adquieren su valor por el conocimiento de todos, por convertirse en los puntos de referencia y orientación en la ciudad.

Plaza San Martín	14,81%
El Correo o Esquina Colón y General Paz	11,73%
Avda. Colón	6,94%
Terminal de ómnibus	5,71%
Patio Olmos (shopping)	5,71%
Plaza Colón	4,48%
Avda. Illia o San Juan	3,24%
Avda Gral Paz o Vélez Sarsfield	3,09%
La Cañada	2,93%
Plaza España	2,78%
La Catedral	2,47%
Todas las Avenidas	2,31%
Policía – Tribunales	1,85%
Avda. Rafael Nuñez	1,85%
Río Suquía	1,70%
Avda. Chacabuco	1,54%
Recta Martinoli	1,54%
Parque Chacabuco	1,39%
Mujer Urbana – Hombre Urbano	1,23%
Ruta 20	1,08%
Recorrido de los ómnibus o Trole	0,93%
Shoppings (especialmente Villa Cabrera)	0,93%
Municipalidad – Casa de Gobierno – Legislatura	0,77%
Avda. Juan B Justo – Bulnes – Alem	0,77%
Avda. Sabattini	0,77%
Avda. Pueyrredón	0,77%
El Cabildo	0,62%
Todas las Plazas	0,62%
Circunvalación	0,62%

Peatonal San Martín	0,62%
Rotonda del Ala	0,62%
Accesos – Ruta 9 – Coca Cola	0,62%
Ex Plaza Vélez Sarsfield	0,46%
Chateau Carreras	0,46%
El Centro	0,46%
Los CPC	0,46%
Avda. Castro Barros – Caraffa – Santa Fe	0,46%
Avda. Fuerza Aérea	0,46%

Es interesante que la Plaza San Martín, que es la plaza central en el trazado urbano de la ciudad, aparezca aquí como primera referencia más allá del gusto personal por el Parque Sarmiento. También adquieren un lugar relevante aquí las Avenidas (mencionadas puntual o genéricamente), rotondas y calles de la ciudad, e incluso los CPC (Centros de Participación Comunal) como puntos de referencia en los distintos barrios.

El Hombre Urbano y la Mujer Urbana, grandes monumentos modernos que orientan la distribución de tránsito, aparecen exclusivamente en esta pregunta y no se rescatan como simbólicos ni dignos de mención fuera de su utilidad concreta.

Aparecen también con menor cantidad de menciones: Plaza Jerónimo del Barco, Ferrocarril General Belgrano, Calle 9 de Julio, Parque Autóctono, Parque Las Heras, Bajada Pucará, el aeropuerto, 27 de Abril, Jerónimo del Barco, Deán Funes, Duarte Quirós, Bv. Maldonado, Hospitales (de Urgencias, Clínicas), Las Iglesias, el Arco, el Cementerio.

Después, más allá de la experiencia del propio tránsito en la ciudad, importa indagar el reconocimiento de los “otros”, de aquellos grupos que tienen un recorte en el imaginario social. Pero no se trata aquí de describir cómo se comporta cada grupo sino simplemente de testear el reconocimiento de sitios específicos, lugares, recorridos, costumbres y consumos estereotipados de unos y otros, para que

“aparezcan” en las menciones otros sitios que no son parte de la vida cotidiana pero que tienen un sello característico en la ciudad.

Se preguntó separadamente por los lugares a los que concurren los jóvenes que estudian, los jóvenes cuando salen a divertirse, los intelectuales, la gente que tiene dinero, la gente que no tiene mucho dinero, las amas de casa cuando salen a pasear, las parejas, los jubilados, las familias cuando salen a pasear con chicos.

Es interesante que, si bien jóvenes y estudiantes pueden resultar las mismas personas concretas, los sitios se asocian con actividades: la Ciudad Universitaria, pero también los colegios o los kioscos cercanos, la Biblioteca y los cyber, o las casas de los compañeros, como lugares de reunión y circulación ligados a la actividad estudiantil, mientras que los bailes, las confiterías y los paseos, cuando se trata de esos mismos u otros jóvenes en su tiempo libre.

Aparecen aquí como novedad una zona característica de los grupos (Chateau, Abasto, Nueva Córdoba, Cerro de las Rosas), pero no hay menciones a lugares con nombres y apellido: con excepción de algunas mínimas menciones a El Deportivo y Sargento Cabral como bailes de cuarteto, no aparecen pizzerías, heladerías o bares típicos de los estudiantes o de los jóvenes cuando se divierten.

La principal inclusión de este grupo entre las preguntas deriva del lugar que se le da a Córdoba como La Docta, en un sentido genérico. Sin embargo, en un sentido más encarnizado, los intelectuales son poco registrados por el resto de la población.

Más del 40% no sabe dónde se reúnen, otros los unen a la Ciudad Universitaria o a una Facultad concreta (Derecho, Filosofía), los piensan ligados al poder socioeconómico (Rotary, Jockey Club), sin embargo aparecen al menos dos nombres de bares característicos (Galileo, Alfonsina).

Museos, Teatros, Cine y Cine Club son lugares más bien adjudicados a la vida intelectual aunque no se conozca puntualmente el recorrido. Si ligamos este dato con el poco conocimiento de personas intelectuales a la hora de pensar personajes representativos de la ciudad, podemos al menos elevar la suposición o el interrogante de cuánto de esa historia de Docta ha quedado en la denominación histórica o en la generalidad más allá de no corresponderse las vidas visibles y concretas de la ciudad cotidiana.

También cuando se consulta sobre la gente que tiene dinero, aparece en primer lugar el barrio Cerro de Las Rosas o una zona completa, como la zona Norte o la zona del Chateau, más allá de sitios concretos (sólo se mencionan dos bares en pocos registros). También es reiterada la aclaración *"restaurantes caros"* por diferenciarlos de aquellos a los que concurren otros grupos, pero sin mencionar nombres específicos.

Si sumamos las referencias a las sierras, los barrios privados o countrys o estancias, Carlos Paz (a veces incluso se explicita: *"se van de la ciudad"*) y las Fiestas Privadas (o incluso hoteles o boliches swingers), se está dando cuenta de que no hay circuitos visibles de gente de dinero transitando por la ciudad.

El registro *"a cualquier parte"* tiene aquí el sentido de tener dinero necesario para ir donde uno quiera más que la referencia a verlos por todos lados en la ciudad.

Es interesante que aquellos encuestados/as en los barrios a los que hacen referencia como de circulación de gente de dinero (el Cerro), remiten a las afueras, mientras que quienes viven en otros barrios hablan del Cerro de las Rosas como lugar característico.

Al preguntar por los sitios a los que concurre la gente que no tiene dinero, aparecen con poco más del 11% cada uno: el centro, el cine, ningún lado/no salen, el Parque Sarmiento.

Si volvemos a la pregunta por el tránsito de los propios encuestados, la generalización de “el centro” como primera mención no es muy disonante con el lugar del *propio barrio – centro* que se desplegaba en el Cuadro de Lugares Nº 5 (Lugares de tránsito en la ciudad). Del 11,62% que opina “*no salen, a ningún lado*”, hay muchos discursos que se autoincluyen “*no salimos*”, que refuerza la idea de circular exclusivamente por el propio barrio.

El cambio de las *fiestas privadas* de quienes tienen dinero por *las visitas a parientes, amigos, vecinos* de quienes no tienen dinero, también da cuenta de un modo de repliegue del espacio público de la ciudad, más allá del poder adquisitivo.

El cine Rex es el único que aparece como mención específica dentro de la generalidad de “*ir al cine*”. También aparecen genéricamente los bares o “*bolichones*” de barrio, sin menciones específicas de nombres.

Ligado a este grupo está el de las amas de casa, en donde vemos que si bien hay mayor concentración en la concurrencia al centro, las categorías de la gente que no tiene dinero se reiteran (el barrio, las casas de parientes, etc.).

Crece, sin embargo, la mención a shoppings (de modo genérico o con algún dato específico) crece considerablemente en este registro. Y se incluyen actividades que no se ligan al tiempo libre sino a las tareas específicamente domésticas, como ir a los supermercados, hipermercados, ferias, más allá de la aclaración en la pregunta “*las amas de casa cuando salen a pasear*”.

El Parque Sarmiento vuelve a ser el centro de la reunión pública cuando se pregunta por los sitios a los que concurren las parejas (el 15,29% de los encuestados posiciona ese sitio). Reaparecen aquí los bailes, en clara analogía de pensar pareja como pareja de jóvenes. Asimismo, ya con menos del 10% de las menciones, se suman sitios mencionados en genérico: cines, centro, plazas, confiterías y restaurantes, bares y pubs, shoppings. Vuelve a llamar la atención

que no existen menciones a bailes, bares o confiterías específicas y puntuales. Como menciones más específicas de este grupo aparecen hoteles alojamiento, moteles, lugares preservados (también en genérico).

Al consultar por los sitios a los que concurren los jubilados, si bien hay sitios de clara referencia a las actividades de los jubilados: desde hospitales o geriátricos hasta bancos, desde los paseos que aclaran específicamente “de PAMI” o los bailes a los que se agrega la denominación “de jubilados”, tampoco aparecen sitios que se consideren tradicionales, como sí ocurre con los lugares para niños al remitir a Superpark, McDonalds, Museo de los Niños o Polideportivo. También en este grupo infantil el Parque Sarmiento lidera las menciones, en este caso con un 25,08%, superando casi por 10 puntos a la mención siguiente, que son los shoppings, con un 16,51% y luego otras plazas con un 11,01%. También aparece el Parque de la Vida (hasta ahora no referido en otros grupos).

## **CARACTERÍSTICAS DE LA CIUDAD Y SU GENTE**

A través de una pregunta cerrada y con opciones (mejoró – no cambió, siempre estuvo bien – no cambió, siempre estuvo mal – empeoró) se indagó la evolución de las características de la Ciudad como tamaño, tipo de gente, higiene urbana, espacios verdes, calidad de sus servicios, educación, seguridad, vías de acceso.

Las vías de acceso (68,5%) el tamaño (45,26%) y los espacios verdes (42,81) son las únicas características que se perciben como mejor en los últimos años y que, junto al tipo de gente, que se considera que “siempre estuvo bien” (más del 52%), podrían usarse como valor en la construcción de una “marca Córdoba”. Especialmente las tres últimas que se perciben también a través de los registros discursivos resultantes de preguntas abiertas.

Los valores negativos sobre la cuestión de la seguridad exceden a esta investigación y a la propia ciudad de Córdoba, por lo que resulta evidente que no

es un valor a mostrar toda vez que este dato es consistente con otros (las respuestas a la pregunta sobre si Córdoba es un buen lugar para vivir, en los pocos casos cuando las respuestas son negativas) y las referencias a favor del interior provincial cuando se lo compara con esta ciudad.

Sí son cuestiones propias de la gestión de una ciudad trabajar sobre la calidad de los servicios y la higiene urbana, esta última ha surgido como ítem espontáneo en preguntas que no indagaban puntualmente esa cuestión (cuando aparecen “los basurales” o el mal mantenimiento de lugares públicos como los sitios más feos de la ciudad, por ejemplo) se anota como una preocupación de los cordobeses.

Un párrafo aparte merece la cuestión de la educación, muy valorada por los cordobeses (en particular en lo referido a la Universidad pero también a las instituciones educativas en general) que sin embargo se percibe como degradada en los últimos años (55,66% dice que “empeoró”). Allí, el que es uno de los valores centrales percibidos como identitarios de esta comunidad, estaría sufriendo un desgaste que puede resentir una de sus fortalezas principales.

#### Ciudades a las que se parece la Ciudad de Córdoba

Córdoba es única, no podría compararla con ninguna	32,44%
No sabe con cuál podría compararse	15,77%
Rosario	14,58%
Mendoza	5,65%
No conoce otras ciudades para plantear la comparación, son todas distintas	5,65%
Santa Fe	4,76%
Buenos Aires	3,27%
Tucumán	2,98%
Salta	2,08%
Servilla, Córdoba, alguna de España	2,08%
Río Cuarto – Villa María	1,49%
Porto Alegre, Curitiba, Camboriú	1,19%

Mar del Plata	0,89%
Catamarca	0,60%
Paraná	0,60%
Montevideo, alguna de Uruguay	0,60%
París	0,60%
Santa Rosa, La Pampa	0,30%
San Luis	0,30%
Medellín	0,30%
Santiago de Chile	0,30%
Toronto	0,30%
México DF	0,30%
Caracas	0,30%
Barrio de Belgrano – Ciudad de Buenos Aires	0,30%
Neuquén	0,30%
Olavarría – Pcia. de Buenos Aires	0,30%
Bariloche	0,30%

Esta fue una de las preguntas que se modificó en su planteo a partir de la prueba piloto, dado que se había pensado en realizarla de manera cerrada. En efecto, la propuesta original de indagación se hubiera perdido probablemente lo que apareció después como registro más importante: la sensación de que **“Córdoba es única”** y en consecuencia no resiste comparación. Se asocia a esa respuesta también la siguiente en menciones a saber “no se con cual se puede comparar” Sólo después aparece Rosario como la más parecida, seguida de Mendoza y luego hay una gran dispersión en las respuestas.

#### Razones para vivir o no vivir en Córdoba

Tranquilidad, ciudad provinciana, se puede salir a cualquier hora	16,16%
Tiene de todo, no le falta nada	12,22%
Vivo aquí, nací aquí, soy de aquí, tengo mis amigos, mi familia	9,02%
La gente (es buena, piola, solidaria)	7,89%

Tiene el tamaño justo, todo queda cerca, cómoda, todo al alcance de la mano	7,70%
Movimiento, nivel de actividad, progreso, trabajo	6,20%
La ubicación, es el centro del país, convoca a gente de todos lados, la segunda importante, convoca gente de todos lados, lugar de encuentro	5,64%
El clima (poca contaminación)	5,08%
Es linda, agradable a la vista, con lindos paisajes	4,14%
La inseguridad (se ha vuelto peligrosa)	4,14%
Cercanía de las sierras	3,95%
Tiene la Universidad, posibilidades de estudiar	3,20%
Por la propuesta cultural, muchas cosas para hacer	3,01%
Por la diversión (bailes, humor, "joda")	2,44%
Me gusta, se vive bien, es un buen lugar	2,07%
Falta de trabajo digno, de progreso, infraestructura	1,13%
Es una ciudad única (tradición, cultura)	0,75%
Falta de limpieza	0,75%
La gente (en forma negativa, individualista)	0,75%
Malos transportes	0,56%
Demasiada gente	0,56%
Malos gobernantes	0,38%
Se ha vuelto cara la vida	0,38%
Me iría al interior de la provincia	0,38%
Mucha vida deportiva	0,19%
Tiene centros de salud importantes	0,19%
Mal estado de las calles	0,19%

Contrarrestando a la tendencia de no poder comparar la ciudad, quienes se inclinan a la tranquilidad como causa principal dicen "*dentro de lo que hay*", o la comparan directamente con Buenos Aires o genéricamente con "*otros lados*". Del mismo modo, "*la segunda ciudad importante*" también refiere a la comparación explícita con Buenos Aires e implícita con Rosario, ciudad con la que se compara. Tomando en un sentido integral las razones positivas y negativas (sólo el 9,45% dice no querer vivir en la ciudad), la primera razón negativa aparece con el 4,14% aparece en décimo lugar.

### Características que tiene Córdoba como Ciudad (guiada y múltiple)

Cercanía de paisajes lindos como las sierras	27,01%
Universidad	22,55%
Lugares históricos de Valor	18,46%
Los bailes	9,67%
Vida Cultural	6,57%
Religiosidad	3,72%
Industrial y de avanzada	3,35%
Gente distinta – es cosmopolita	3,10%
El tamaño justo	2,23%
Todas las características propuestas	1,73%
No sabe	0,62%
Edificios, paisaje urbano	0,37%
Todo lo turístico	0,24%
El río y la cañada	0,12%
Hospitales	0,12%
Es una ciudad conservadora	0,12%

Aquí los entrevistados tenían la posibilidad de responder varias opciones que fueron tomadas de la prueba piloto.

La cercanía con las sierras se percibe como una de las características que definen a la ciudad, es decir, no por lo que en sí misma posee, sino por la posibilidad de “salir” de ella fácilmente hacia lugares de recreo y de buenos paisajes. Como ya se mencionó, en numerosas preguntas que se demandaba por la ciudad aparecieron respuestas espontáneas que remitían a ellas. En un sentido, las sierras parecen percibirse como una extensión de la ciudad. De todos modos, más allá de este primer lugar, en la pregunta espontánea anterior, la incidencia de esta cercanía en la motivación como lugar para vivir es mínima (sólo el 3,95%, incluso por debajo de variables como el clima). Esto vuelve a reforzar –como sostuvimos en los lugares geográficos- la distancia valorativa entre hablar de la ciudad en general y hablar de la propia relación con ella.

En segundo lugar la presencia de la Universidad es central para los cordobeses a eso parecía aludir la respuesta abierta de un entrevistado a otra pregunta cuando señaló que “deliran con la universidad”. Córdoba es una **ciudad universitaria** y eso tiene un valor central para sus habitantes, por lo que cualquier propuesta de marca o discurso acerca de Córdoba debería incorporarla. Los lugares históricos, los bailes (la música del cuarteto aparece fuertemente en otras preguntas, aún las que no apuntaban al tema de manera directa) y la vida cultural son otros aspectos significativos para los cordobeses.

Sólo después aparecen la religiosidad y la vida industrial, que fueron tradicionalmente valores asociados a la ciudad.

CUADRO N° 22: Diferencias entre la Córdoba Capital y la provincia

La ciudad es más grande, hay más cantidad y diversidad de gente, cosmopolita, es el centro del país, va gente de todos lados	13,49%
La ciudad tiene más actividad, crecimiento económico, comercios, oportunidades laborales, ocupación y servicios	13,29%
El interior es más tranquilo, en las ciudades más pequeñas la gente se conoce	10,40%
El interior tiene las sierras, paisajes, mejor clima, es más turístico	10,40%
En la ciudad hay de todo	5,78%
La gente del interior es más sana, más cálida, más solidaria, más humilde	5,59%
Córdoba ciudad es la Capital: tiene los centros administrativos, está la gobernación, hay más hospitales, escuelas, tiene aeropuerto	5,59%
La ciudad tiene más cultura, lugares para vivir la noche, jóvenes, diversión, cosas para hacer, gente alegre	5,59%
La ciudad es más insegura, más droga, delincuencia	5,39%
En la ciudad hay más tránsito y contaminación, la gente vive apurada, son más bochincheros	4,43%
La Universidad de la Ciudad brinda más posibilidades de estudiar	4,24%
En el interior hay más plata (por el campo) y/o se vive más barato	2,70%

Es otra vida, otros tiempos, otras distancias	2,31%
Se borran las diferencias (ambas son inseguras, ambas crecen), no hay ninguna diferencia	2,31%
La gente de la ciudad es más ventajista, falsa, egocéntrica, individualista, avivada, astuta	2,12%
La ciudad tiene más historia, es revolucionaria	1,16%
La tonada. La ciudad tiene más identidad cordobesa	0,96%
El interior es más limpio, la ciudad más sucia	0,77%
La gente del interior es más tímida y cerrada	0,77%
Ciudad progresista, interior conservador	1,16%

El concepto de ciudad capital, más grande con todas las ventajas de servicios, de actividad económica comercial e industrial (por oposición al campo, d sin embargo se percibe como con mas dinero) con la presencia de centros administrativos de gobierno, las posibilidades de estudio y de diversión aparece como lo más significativo cuando se la compara con el interior provincial (que en cambio es más tranquilo, con gente más solidaria, más limpio, más seguro).

### OPCIONES DUALES

Un modo de resolver la identidad es la tensión de los antagonismos básicos, de los “clásicos” (por metaforizar el enfrentamiento deportivo) que componen las particularidades de la identidad ciudadana.

Las preguntas con opciones dobles para elegir tienen la intención de poner en evidencia esas tensiones básicas y obligar implícitamente a los encuestados a “tomar partido” por una de ellas. No obstante, se incluyen en los resultados las respuestas como “ambos” o “ninguna de ambas”, así como la posibilidad de una tercera opción propuesta por el encuestado. Algunos análisis de la identidad plantean precisamente resolver las diferencias con conceptos que operen como el matemático máximo común denominador, un concepto que incluya las diferencias y las supere, integrándolas. Por eso exponemos aquí las dos opciones sugeridas y el registro de las respuestas a ambas opciones.

Carlos "Mona" Jiménez	Rodrigo	Ambos
67,7%	19,51%	7,93%

Rodrigo había dicho una vez ante la acusación de no ser reconocido en su lugar de origen *"que la Mona se quede con Córdoba, yo me quedo con el país"*. No obstante esta abrumadora predilección local por Jiménez como artista, el *Soy Cordobés*, éxito de Rodrigo, es la canción con la que más relacionan los cordobeses a su ciudad.

Talleres	Belgrano	Ambos
41,16%	40,24%	11,59%

Un 3,96% opta por una tercera opción no prevista. Y agrega: Instituto. La proporción es similar al 3,05% que no elige "ninguna de las dos opciones". Esta es la única de las opciones duales propuestas que tiene una brecha relativamente estrecha en la elección (menos de un punto porcentual), situación que no se repetirá en las demás dualidades.

La Cañada	El Río	Ambos
65,44%	19,57%	13,15%

Si bien es cierto que las sierras suman a la ciudad como un anexo, cercano geográficamente pero incluido desde las costumbres, aquí la Cañada da un símbolo de originalidad a la ciudad de entre las múltiples ciudades con ríos cercanos.

La Voz del Interior	LV 3	Ambos
50,61%	30,79%	15,55%

Si bien la Voz del Interior, tradicional matutino editado en la ciudad desde hace más de 100 años, ha sido comprado por el Grupo Clarín y ha perdido el sello de emprendimiento comercial local, más allá de la línea editorial que pueda sostener, sigue mayoritariamente siendo el medio más representativo de la Ciudad, aún

cuando LV3 se ha convertido en los últimos años, desde Córdoba como centro de emisión, en la Cadena Radial más extendida del país. Es de destacar que en esta tensión la opción “ambos” alcanza niveles mayores que en otras, superando el 15% de las opiniones. Alude al liderazgo periodístico de Córdoba, única provincia que compite con los medios de Buenos Aires en el resto del país, más allá de los medios específicos.

Canal 12	Canal 8	Canal 10	Los tres canales
48,78%	28,96%	17,99%	2,74%

En relación con otros medios de comunicación local, las opciones por los canales de televisión abierta han requerido ampliar la dualidad para incluir al tercer canal en la disputa.

La cantidad de quienes eligen Canal 12 supera numéricamente a quienes eligen los otros dos juntos: Canal 8 y Canal 10. En canal 12 están también la mayoría de los periodistas que se mencionan como representantes de la ciudad. Canal 10 es el canal de la Universidad, considerado históricamente canal-escuela de periodistas. Más allá de la relación de la Ciudad con la Universidad en general, el canal es el que menos elecciones recibe en esta pulseada.

Banco Provincia de Córdoba	Banco Suquía	Ambos
69,21%	19,21%	7,93%

Dos datos conectan este cuadro en cruce con las demás preguntas y resultan de interés. La primera es que al preguntar por Marcas recordadas aparece el Banco del Suquía antes que el Banco de Córdoba. Sin embargo, este último aparece como institución representativa de la Ciudad y el Banco privado, en cambio, no aparece. Puestos juntos, hay una abrumadora diferencia por la entidad estatal.

La esquina del Correo	La Casa Radical	Ambos
62,20%	30,69%	5,18%

Se trata de dos lugares públicos que la gente ha tomado como lugares representativos de manifestaciones. En la época del Mundial '78 y las primeras manifestaciones antes del período democrático fue Esquina del Correo el lugar de referencia. Luego, durante la histórica época de gobiernos radicales en la ciudad (de 1983 a 1999) fue la Casa Radical el epicentro.

Hoy está desplazado nuevamente hacia la esquina del Correo, lugar retomado desde el Partido Nuevo liderado por el actual intendente Luis Juez. Por tanto, las opiniones tienen la amplitud de la propia adhesión actual a ambos partidos.

Barrio Alberdi	Barrio San Vicente	Ambos
49,70%	35,67%	10,67%

Aquí hay una mayoría hacia el Barrio Alberdi, que supera a quienes se orientan por San Vicente y quienes consideran que ambos son simbólicos. Si bien son dos barrios tradicionales, la diferencia a favor de Alberdi puede estar signada por simpatizantes del Club Belgrano, parte nodal de ese Barrio. Asimismo, éste tiene una canción que rescata su historia *‘Lunita de Alberdi’* que también aparece mencionada como simbólica de la ciudad.

Teatro San Martín	Teatro Orfeo	Ambos
63,11%	23,17%	10,37%

También aquí las respuestas a esta dualidad reflejan lo que aparece en otras preguntas que indagan por los lugares. El Orfeo aparece más bien como nominación de la “zona”, unida al Shopping Dinosaurio, que como un lugar con identidad más por la denominación que por la oferta concreta de su teatro. El Teatro San Martín, si bien no es mencionado directamente como lugar al que concurre la gente, se lo rescata como el símbolo de la cultura oficial, de la cultura en el sentido restringido del término.

Chateau Carreras	Atenas	Ambos
65,55%	21,04%	11,59%

También aquí la “zona del Chateau” tiene más presencia que el estadio en sí mismo al ser referido por los encuestados: zona de boliches, de diversión juvenil, etc. Sin embargo, Atenas aparece entre las instituciones que se consideran representativas de la Ciudad, más allá de su uso cotidiano.

## OPCIONES EN LA POLÍTICA Y LA MÚSICA

### Inscripción Política de la Ciudad (guiada)

Sigue la tendencia del país en cada momento	34,76%
Básicamente Radical	25,00%
Con una tendencia progresista, reformista, de avanzada	11,28%
Básicamente Peronista	8,54%
Con una tendencia más bien conservadora	6,10%
Es contraria a la tendencia del país en cada momento	4,87%
No sabe	4,57%
Es mitad radical y mitad peronista	2,44%
Antes era radical, ahora no sé	0,91%
No tiene una identidad política	0,61%

Un análisis interesante sería ligar estas respuestas a los datos electorales que aún se están procesando en Córdoba y se está tentada de decir que el peronismo se oculta o no se reconoce, toda vez que el porcentaje de quienes responden que Córdoba es radical se acerca al de sus votantes reales, pero en cambio, no aparecen los votos peronistas ni aún incluyendo a quienes dicen que Córdoba sigue la tendencia del país.

Pero esta percepción radical, sin embargo, es coherente con las personas que mejor o peor dejaron representadas a Córdoba: sea desde la mirada positiva como desde la negativa, los líderes políticos más nombrados son de origen radical: Mestre, Martí, Illia, Angeloz, De La Rúa, por ejemplo.

Nivel de acuerdo con el Cuarteto como música característica de la Ciudad  
(respuesta única, con opciones)

Es lógico que así sea, es la música tradicional como la zamba en Salta, el chamamé en Corrientes y el tango en Buenos Aires	49,09%
Me gusta que nos reconozcan por nuestra música	30,49%
Podrían conocernos por cosas mejores, es una vergüenza que trascienda esa música	11,28%
Cuando los cuartetos triunfan fuera de Córdoba se desvirtúa lo que es el cuarteto.	5,18%
NS / NC	3,96%
Total general	100,00%

Casi el 80% de los encuestados consideran al cuarteto la música propia de Córdoba y, en consecuencia un orgullo local y sólo uno de cada diez entrevistados, sienten cierta vergüenza ligada a al cuarteto. Estos últimos aparecen en otras preguntas de manera espontánea (por ejemplo, los que dicen que La Mona Jiménez o Rodrigo han dejado mal representada a Córdoba), pero también la perspectiva positiva se registra cuando entre los artistas más reconocidos como de la ciudad aparecen de manera mayoritaria los músicos ligados al cuarteto.

Características que merecerían rescatarse más allá del Cuarteto

La consigna consistía en completar la frase “El cuarteto es sólo una parte, habría que rescatar mucho más de la Ciudad de Córdoba, como por ejemplo...” La sistematización de las respuestas espontáneas se agrupó en tres categorías por cada formulario, de lo que derivó el siguiente registro:

La cultura, los teatros, artesanías, artistas callejeros, cine	12,33%
Los lugares históricos, Iglesias, museos	11,67%
Otros géneros musicales, festivales	10,79%
Paseos, plazas, parques, espacios verdes, cañada y río	10,35%

Universidad	7,71%
Sierras, Carlos Paz, paisajes y belleza de los lugares	7,27%
El deporte, los deportistas	6,83%
Humor, la diversión, la gente divertida, los chistes, la buena onda	5,51%
La gente (trabajadora, tranquila, buena, voluntariosa, hospitalaria)	5,10%
Profesionales, intelectuales, personalidades	2,42%
Ocuparse de la ciudad (la gente, la juventud, educación, salud)	2,20%
Los Shoppings	1,98%
La historia, la rebeldía	1,98%
Avances industriales, las empresas, los emprendimientos comerciales	1,98%
Ocuparse de la ciudad (la gente, la juventud, educación, salud)	1,98%
Gastronomía (empanadas, locro) – productos regionales	1,98%
Actos Solidarios, instituciones	1,32%
Turismo	1,32%
Los jóvenes que estudian y trabajan	0,88%
El “ser cordobés”	0,66%
Toda la ciudad (importante en su conjunto)	0,66%
El cuarteto es lo mejor que tenemos	0,44%
Iglesias Evangélicas	0,22%

De alguna manera se apuntaba a encontrar otros motivos para incluir en una “marca córdoba”, uno de cuyos significantes más claros podría esgrimirse a partir del cuarteto.

Aquí las respuestas de la gente aparecen en primer lugar por cercanía temática: la cultura en general, los lugares histórico - culturales y otros géneros musicales, entre los cuales el folklore constituye el más mencionado y en cambio no aparece el rock.

Otro grupo de respuestas apuntan a los espacios verdes propios (parques, plazas, paseos, cañada y río) o vecinos (las sierras) y aparecen también, en menor medida, la universidad y el humor.

A esto se agrega la propia calidad de la gente y luego sectores de actividades diferentes. Estas respuestas, casi podrían ser la base para un folleto turístico de la ciudad de Córdoba, tal el mapa que aparece al leer las respuestas.

## ANTECEDENTES DE MARCA

### Slogan ligados a la Ciudad (recordación)

Córdoba, Corazón de mi País	43,70%
No recuerda ninguno – no sabe – no conoce	28,42%
Córdoba Va	7,77%
Campañas de Gobierno: Córdoba Turismo, Municipalidad, Ferias (no se recuerdan literalmente)	4,02%
Campañas de Candidatos (no se detalla el candidato)	2,42%
Córdoba Te Quiero	1,61%
"No le presto atención a los slogans"	1,61%
El Escudo, el Arco de la Ciudad, La Cañada, la Mujer Urbana (no refieren a slogans)	1,61%
Ciudad Mediterránea	0,80%
Córdoba la Docta	1,34%
Los Cordobeses somos así o La Espuma del País (de Cerveza Córdoba)	0,54%
Córdoba tuya	0,54%
La ciudad y su gente	0,54%
Córdoba, Cuna de Campeones (Renault)	0,80%
Córdoba, siempre de temporada	0,54%
Córdoba es una isla	0,54%
Córdoba de la Nueva Andalucía	0,54%
Córdoba Limpia	0,27%
Córdoba Ciudad	0,27%
En Córdoba... te esperan los casinos	0,27%
Córdoba Avanza	0,27%
Ciudad de las Iglesias	0,27%
Ciudad Colonial	0,27%
Córdoba es un mundo	0,27%

Hay muy poca recordación de slogans sobre la ciudad de Córdoba y de entre los pocos que hay el más recordado, largamente, es el del gobierno provincial empleado en los últimos ocho años de gobierno en todos sus mensajes: "*Córdoba, corazón de mi país*" que no siempre es mencionado completo o de manera exacta, sino que muchas veces se modifica por "*centro de mi país*", o "*córdoba, mi país*" entre otras formas.

En el mismo sentido cuando se pregunta por el slogan favorito, la gente señala que elige ese porque es "*el único que recuerda*" o porque "*no conoce otro*". Allí en donde el único recordado no es favorito, aparece la idea de "*no me gusta ninguno*".

Incluso considerando que el trabajo de campo se realizó durante la etapa más competitiva -publicitariamente hablando- de la campaña electoral, el nivel de mención a slogan de campaña es escaso y luego se mezclan también en la percepción de los cordobeses algunos ligados a empresas.

Muchas veces los propios encuestados relatan "*los del gobierno*", o "*los de los candidatos*", pero no se reproducen textualmente, salvo en los porcentajes consignados en el cuadro.

#### Slogans preferidos en relación a la Ciudad

Córdoba Corazón de mi país	34,86%
No recuerda – no saben	32,72%
Ninguna	14,98%
Córdoba va	7,34%
Campañas de gobierno: Córdoba Turismo, Ferias, Municipalidad	1,83%
Córdoba La Docta	1,53%
El Escudo, el Arco de la Ciudad, La Cañada, la Mujer Urbana (no refieren a slogans)	1,34%
Córdoba Te Quiero	0,92%

Campañas de Candidatos	0,92%
Los cordobeses somos así y/o La espuma del país (Cerveza Córdoba)	0,61%
Córdoba siempre de temporada	0,61%
Córdoba es una isla	0,61%
La ciudad y su gente	0,31%
Córdoba, Cuna de Campeones (Renault)	0,31%
Córdoba de la Nueva Andalucía	0,31%
Ciudad de mis amores	0,31%

## PERSONAS REPRESENTATIVAS DE LA CIUDAD

Se indagó rubro por rubro con preguntas abiertas, preguntando en cada rubro por aquella persona más representativa (más allá de las preferencias de los encuestados). El siguiente cuadro expone cada rubro por orden de menciones.<sup>1</sup>

Artistas	Deportistas	Empresarios	Intelectuales	Periodistas	Humoristas
<b>Carlos “Mona” Jiménez</b> (cuartetero)	David Nalbandian (tenis)	Luis Bugliotti (Dinosaurio Teatro Orfeo Hipermercado Libertad)	<b>Efraín Bischoff</b>	<b>Jorge Cuadrado</b> (canal 12)	“Negro” Álvarez
Jairo (cantante pop y folklórico)	José Meolans (natación)	Benito Roggio constructora	<b>Miguel Clariá</b>	<b>Miguel Clariá</b> (LV3)	<b>Cacho Buenaven-tura</b>
<b>“Cacho” Buenaven-tura</b> (humorista)	<b>Marcelo Milanesio</b> (básquet)	Flia. Pagani (ARCOR)	Cristina Bajo	Mario Pereyra (LV3)	<b>Doña Jovita</b>
“Negro” Álvarez (humorista)  “Doña Jovita” <b>José Luis Serrano</b> (humorista)	Georgina Bardach (natación) <b>Héctor “Pichi” Campana</b> (básquet)	Flia. Urquía (Gral. Deheza)  María Pía Astori constructora)	<i>Juan Filloy</i>  María Trever Fontini	“Petete” Martínez (Radio Mitre) Víctor Brizuela (deportes LV3)	<b>“Flaco” Pailos</b>  “Chichilo” Viale

<sup>1</sup> En los cuadros se destacan en negrita las personas entrevistadas en este estudio y en cursiva las personas fallecidas

Rodrigo (cuartetero)	<b>Luisfa Artime</b> (fútbol)	Porta (licores)	<i>Leopoldo Lugones</i>	<b>Rony Vargas</b> (LV3)	Chicharrón
La Barra (cuarteto)	Fabrizio Oberto (básquet)	Minetti (cementera y molinos)	<b>Claudio Fantini</b>	Lalo Freire (canal 12)	<i>Cognini - La Papa de Hortensia</i>
"Chichilo" Viale	Mario Kempes (fútbol)	Petrone (empresa Gama)	<b>Daniel Salzano</b> (periodista)	Rebeca Bortoletto (radio Mitre)	"Sapo" Cativa
<b>"Flaco" Pailos</b>	<b>"Falucho" Laciari</b> (boxeo)	<i>Graciela Franceschini</i> (tortas)	Segre	<b>"Lagarto" Guizardi</b> (canal 12)	<i>"Negro" Fontarrosa</i>
<b>Piñón Fijo</b>	Soledad García (jockey)	Ruda (tarjeta Naranja)	Marcos Aguinis	Gustavo Tobi (canal 12)	Mario Devallis
Chicharrón	Raies automovilism	Albonetti (pastas)	<i>Atahualpa Yupanqui</i>	Gonio Ferrari (canal 10)	Modesto Tisera
Chébere	Daniel Willington (fútbol)	Merguerian (inmobiliaria)		Eduardo Bocco (La Voz del Interior)	
<i>Fernando Fader</i> (pintor)	"Mole" Moli (boxeo)	Lenoir	Pastor R. Ferrero y Carlos Bellar evangelistas	<i>Sergio Villarroel</i> (ex canal 10 y Buenos Aires)	
Marcelo Álvarez (cantante lírico)	Luis Galván (fútbol)	Granero (gerenciador del Club Belgrano)	<i>Juan Bautista Alberdi</i>	<b>Gabriela Tessio</b> (locutora FM Cadena 3)	
Sabroso	Piojo López (fútbol)	Supermercado Buen Día	"Petete" Martínez (periodista)	Mario Pensavalle (canal 10)	
La Banda Carlitos	El "hacha" Ludueña (fútbol)	<b>Emeterio Farías</b>	Esteban Domina (historiador – político)	<b>Tomás Méndez</b> (canal 10)	
Carlitos Rolán	Oscar Narváez (boxeo)	Zárate	<i>Manuel Mujica Láinez</i> (poeta)	Marcela Palermo (canal 10)	
Jorge Ardú (director de orq. de tango)	"Pato" Cabrera (golf)	Romero Victorica	Baquero Lascano (jurista)	Rubén Torri (ex LV2)	
Juan Carlos Mesa	<i>Luis Recalde</i> (automovilismo)	Portela	<b>Miguel Hairabedian</b> (programa ADN – abogado)	<b>Fabiana Dal Pra</b> (canal 12)	
<i>"Chango" Rodríguez</i>	"Pepona" Reinaldi (fútbol)	Rabat (Universidad Siglo XXI)	Carolina Scotto (actual Rectora de la UNC)	Alfredo Leuco (Buenos Aires)	
"Sapo" Cativa	Pablo Aimar (fútbol)	Hugo Tarquino	Susana Fiorito (directora Biblioteca Bella Vista)	La "Vaca" Potenza (deportes – canal 12)	
<i>Leopoldo Lugones</i>		Fabiana Vaira (imprensa)	Agustín Garzón	<b>Claudio Fantini</b> (canal 10)	

<b>Miguel Iriarte</b>		Meyer	<b>Padre Mariani</b> (sacerdote)	Pablo Rossi (LV3)	
		<b>Armando Meroli</b> Hogar (electrodomésticos)		<b>Daniel Salzano</b> (La Voz del Interior)	
				<b>Julio Kloppenburg</b> (canal 10)	

La música – especialmente el cuarteto- y el humor parecen ser las dos fuentes centrales de conexión de los cordobeses con sus artistas, al preguntar por este rubro en general. Encabeza las menciones Carlos “la Mona” Jiménez cuya presencia se reconoce a lo largo de numerosas preguntas y que en este caso ocupa el liderazgo como referente artístico de los cordobeses a mucha distancia de los siguientes: casi 35% frente al casi 10% del siguiente: Jairo, cantante de folklore y pop.

Les siguen tres humoristas: Cacho Buenaventura, el Negro Álvarez y José Luis Serrano “Doña Jovita” Estos cinco artistas son los que aparecen como más representativos de Córdoba, los que siguen no superan en ningún caso el 3% de las menciones y son en general cuartetos (solistas o conjuntos) y humoristas.

Se destacan aunque con escasas menciones las presencias de el pintor Fernando Fader, el cantante lírico Marcelo Álvarez (radicado en el exterior pero de gira por Córdoba en los días del trabajo de campo) el Chango Rodríguez (autor de zambas emblemáticas y que se rescatan en la pregunta respectiva), Leopoldo Lugones y Miguel Iriarte (actor y autor de numerosas obras de teatro costumbristas, ligadas especialmente al barrio San Vicente). Existe una invisibilidad de mujeres artistas entre los mencionados

El tenista David Nalbandian aparece como el más representativo de los deportistas. Conviene aquí señalar que desde hace unos meses este tenista ha tenido una gran exposición indirecta por ser figura de la publicidad de banco

Provincia de Córdoba, y aunque es posible que ocupe ese rol por su inserción entre los cordobeses, también es cierto que una cosa retroalimenta a la otra.

La natación y el básquet también aportan sus propios representantes, ya que después de Nalbandián, aparecen dos nadadores (Meolans y Bardach) y dos básquetbolistas (Milanesio y Campana). El primer futbolista mencionado es Luis Fabián Artime, jugador del Club Belgrano.

Es interesante destacar que si bien el Fútbol es el deporte más ligado a los cordobeses no es el deporte que proveyó los deportistas más representativos de la ciudad. Georgina Bardach encabeza las menciones femeninas, esta vez secundada (aunque con un cuarto de sus menciones) por la “leona” Soledad García.

La mitad de la población de Córdoba dice no conocer o no saber quiénes son los empresarios de Córdoba y uno de cada diez dice que ningún empresario es representativo de la ciudad. Luego, sólo tres empresarios, Buglioti, Roggio y la Familia Pagani alcanzan porcentajes significativos de menciones: entre un 7% y un 8%.

La falta de “popularidad del empresariado puede tener varias lecturas, alguna de esas están justificadas por las propias respuestas abiertas: ninguno piensa en Córdoba, sino en sí mismos, o ya no se sabe cuáles son de Córdoba y cuáles no, en alusión a la globalización de los capitales y la existencia de multinacionales.

Por otra parte, más allá de estas empresas más grandes, existe una gran dispersión que habla de empresas más ligadas al consumo más o menos cotidiano de los cordobeses.

Córdoba parece ser una ciudad de universitarios sin intelectuales. Casi el 60% de las respuestas cuando se pregunta por ellos es “no se”, “ni idea”, “no conozco” y casi un 4% señala que no hay intelectuales representativos. De hecho, los tres

primeros nombres que aparecen: Efraín Bischof, Miguel Clariá y Cristina Bajo, corresponden a un historiador muy popular por la divulgación de la historia de Córdoba y especialmente de sus barrios; a un periodista (conductor de un programa de noticias de radio) y a una escritora de novelas ambientadas en la historia de Córdoba; pero en ningún caso se alude a pensadores o científicos.

Juan Filloy y Leopoldo Lugones dos escritores cordobeses aparecen entre los que siguen en menciones en una lista que abunda más en periodistas que en intelectuales, con un dato no menor: varios de los periodistas gráficos, en general de La Voz del Interior aparecen aquí y no en el rubro periodistas: la gráfica parece asociarse más a la intelectualidad que al periodismo.

Aparecen mencionados también en esta categoría: María Elena Walsh, Pablo Neruda, Jorge Luis Borges, Ernesto Sábato, el “Negro” Fontanarrosa, Quino, Beatriz Sarlo, el “Che” Guevara, Manuel Lucero, Facundo Quiroga.

Periodistas son, en gran medida para los cordobeses, o al menos los que más los representan, los de los medios electrónicos: radio y televisión. Los gráficos, parecen ser considerados más como intelectuales que como periodistas. Los periodistas de Cadena 3 y de Canal 12 constituyen los más percibidos como ligados a la ciudad. Un poco por aquello de que la radio es fuerte a la mañana (horario de Clariá y Mario Pereyra) y la televisión a la noche (Cuadrado conduce el informativo del horario central) entre los tres obtienen más del 65% de las menciones.

Muy atrás aparecen el resto de los periodistas mencionados, entre ellos unos pocos de La Voz del Interior. Es interesante el caso de Daniel Salzano, quien es mencionado como intelectual y como periodista y si bien es ambas cosas, su calidad de escritor (autor de muchas letras de canciones que canta Jairo) lo podría haber ubicado como artista.

Si bien muchos de estos humoristas aparecían entre los artistas, al preguntar por humoristas de manera directa, los dos primeros: Negro Alvarez y Cacho Buenaventura se distancian y suman entre los dos más del 80% de las menciones. En este marco de concentración de las respuestas, dos datos no dejan de ser curiosos: la persistencia en el recuerdo de Cognini (creador y director de la Revista Hortensia) y la incorporación como cordobés de Fontanarrosa, ligado tan fuertemente a su ciudad: Rosario.

#### Referentes según derivación de otras preguntas

<b>Persona con la que se identifica la ciudad</b>	<b>Institución con la que se identifica la ciudad</b>	<b>Persona que dejó mejor representada a la Ciudad</b>
<b>Carlos “Mona” Jiménez</b>	<b>Universidades:</b> las Facultades, Facultad de Derecho, Colegio Manuel Belgrano, Colegio Montserrat	<i>Ramón Mestre</i> (ex intendente y gobernador de Córdoba)
<b>Luis Juez</b>	Escuelas, Instituciones Educativas, Instituto de Bellas Artes, Carbo	Rubén Martí (ex intendente)
<i>Rodrigo</i>	<b>La Iglesia Católica:</b> La Catedral, el Arzobispado, La Merced, Padre Aguilera, Cáritas. <b>Padre Mariani</b>	<i>Arturo Illia</i> (ex presidente de la República)
<b>“Cacho” Buenaventura</b>	Club Atlético Talleres	<b>Luis Juez</b> (actual intendente)
José Manuel de la Sota	Hospitales: Córdoba, Clínicas, Rawson, Misericordia, Español, Reina Fabiola, de Urgencias	<b>Carlos “Mona” Jiménez</b> (cuartetero)
Una mujer (mi señora, mi madre)	Club Atenas	David Nalbaldian (tenista)
Un músico, un cuartetero	Club Belgrano	<i>General José María Paz</i> (prócer de la guerra de la independencia)
David Nalbandian	Organizaciones: Pablo Pizzurno, ALPI, Don Orione, Fundación Querubines, Ministerio de la Solidaridad	<i>Amadeo Sabattini</i> (ex gobernador de Córdoba)
“Negro” Álvarez	Club Atlético Instituto	José Meolans (nadador)
Mi viejo, mis hijos, alguien de mi familia	Municipalidad, Centros Vecinales, CPC	<b>Marcelo Milanés</b> (ex jugador de básquet)
Un abogado, un médico	El Cabildo	<i>Agustín Tosco</i> (líder obrero del

		<i>Cordobazo</i> )
José Meolans	Club Racing	<i>Jerónimo Luis de Cabrera</i> (fundador de la ciudad)
<b>Mario Pereyra</b>	Jockey Club – Lawn Tennis	Georgina Bardach (nadadora)
Olga Riutor	Club Universitario	<b>Cacho Buenaventura</b> (humorista)
<i>Jerónimo Luis de Cabrera</i>	Banco de Córdoba	José Manuel De la Sota (actual gobernador de Córdoba)
Un estudiante	Club de Barrio	<i>Deán Gregorio Funes</i> (obispo de Córdoba)
<b>Doña Jovita</b>	Tribunales	<i>El “Che” Guevara</i> (líder revolucionario)
<i>Jardín Florido</i>	La Luciérnaga	<i>Juan Bautista Alberdi</i> (filósofo y jurisconsulto)
<b>Marcelo Milanesio</b>	Plaza Colón, Ciudad de las Artes	<b>Héctor “Pichi” Campana</b> (ex basquetbolista y político)
<b>Rony Vargas</b>	Arcor	<i>Rodrigo</i> (cuartetero)
<i>Ramón Mestre</i>	Teatro San Martín	<b>Efraín Bischoff</b> (historiador y periodista)
<b>Efraín Bischoff</b>	Bibliotecas	<i>Leopoldo Lugones</i> (poeta)
Daniel Giacomino	Iglesia Evangélica	<i>Miguel Juárez Celman</i> (ex presidente)
Jairo	Escuela de Aviación	Jairo (cantante)
Carlitos Rolán	Patio Olmos	<i>Jardín Florido</i> (piropeador urbano)
<b>Miguel Clariá</b>	Museo Caraffa	<b>“Falucho” Laciari</b> (boxeador)
Rubén Martí		Eduardo Angeloz (ex gobernador de Córdoba)
<i>Amadeo Sabattini</i>		<i>Dalmacio Vélez Sarsfield</i> (jurisconsulto)
Un amigo/a		<i>Bialet – Massé</i>
Yo		<i>Ramón Cárcano</i> (ex gobernador de Córdoba)
		Carlitos Rolán (cuartetero)
		<i>“Chango” Rodríguez</i> (músico folclorista)
		Daniel Willington (futbolista)
		<i>“Pato” Cabrera</i> (golfista)
		Carolina Scotto (actual Rectora de la UNC)
		<i>“Negro” Álvarez</i> (humorista)

### **Análisis de las Entrevistas en Profundidad.**

La tarea requería la realización de veinticinco entrevistas con disparadores exploratorios con el eje identidad de la Ciudad de Córdoba y la incidencia de su área específica en la conformación de esa identidad.

Para armar el listado de entrevistados, además de los representantes surgidos de la encuesta, se consultó en distintos ámbitos por aquellos referentes que podían aportar reflexiones a la indagación de identidad. Finalmente se entrevistaron 37 personas según el siguiente detalle.

1. Luis Juez (Intendente de la Ciudad de Córdoba y candidato a gobernador provincial)
2. La “Mona” Jiménez (músico cuartetero)
3. José Luis Serrano (humorista – personaje “Doña Jovita”)
4. Marcelo Milanesio (ex basquetbolista)
5. Efraín Bischoff (historiador)
6. Cacho Buenaventura (humorista)
7. Claudio Fantini (periodista Canal 10 y medios nacionales)
8. Carlos Hairabedian (abogado penalista y periodista televisivo)
9. Padre Guillermo Mariani (sacerdote)
10. Miguel Iriarte (actor y dramaturgo)
11. Jorge Cuadrado (periodista de Canal 12 y Radio Mitre)
12. Luisfa Artime (ex jugador de fútbol de Belgrano de Córdoba)
13. Fernando “Flaco” Pailos (humorista)
14. Fabián Gomez “Piñón Fijo” (payaso)
15. Héctor “Pichi” Campana (ex basquetbolista, actual concejal de la Ciudad y vice gobernador electo de la Provincia de Córdoba)
16. Emeterio Farías (Empresario de espectáculo de cuartetos, dueño de radio Suquía )
17. Miguel Clariá (periodista de Radio LV 3 y Canal 8)

18. Gabriela Tessio (locutora FM 100.5)
19. Julio Kloppenburg (gerente de noticias de Canal 10)
20. Daniel Salzano (escritor y Director del Cine Club Municipal Hugo del Carril)
21. Tomás Méndez (periodista de radio y televisión)
22. Santos Falucho Laciari (ex Campeón del mundo de boxeo)
23. Ana María Alfaro (locutora y conductora de radio y televisión. Actriz de radioteatros de LV2 entre 1950 y fines de 1970).
24. Javier Correa (Restaurador de Monumentos).
25. María Rosa Cooper (Directora del área de Derechos del Consumidor).
26. Arturo García Astrada (filósofo)
27. Adrián Ratti (Director del Teatro Real)
28. Rafael Velasco (Rector Universidad Católica de Córdoba)
29. Adrián Carbonetti (Historiador CEA – Universidad Nacional de Córdoba)
30. Américo Tatián (periodista, locutor especializado en música de tango)
31. Victor Hugo Godoy (Cantante del grupo Los cuatro de Córdoba)
32. Liliana Olivero (Legisladora provincial Izquierda Socialista)
33. Mario Pereyra (periodista Cadena3)
34. Armando Meroli (empresario Meroli Hogar- venta electrodomésticos)
35. Aldo “Lagarto” Guizardi (periodista Canal 12 y Radio Mitre)
36. Fabiana Dal Pra (periodista Canal 12 y Canal “C”)
37. Rony Vargas (Periodista Cadena 3).

A continuación incorporamos las citas textuales desgrabadas de las entrevistas según las principales variables surgidas como “emergentes” de los propios diálogos. Hemos consignado los párrafos más representativos y/o en debate con otros entrevistados, pero no desconocemos que en muchos casos es más de un entrevistado quien coincide con el concepto, aunque sea expuesto aquí a través de algunos exponentes que lo expresan con mayor claridad.

## 1) LOS CORDOBESES

*El cordobés es un tipo espontáneo, sincero, orgulloso, extremadamente orgulloso de su provincia. Criticón, quejoso, complicado, analista. El cordobés es un tipo jodido. Por su particular forma de ser: desconfiado. Tiene todas las características de los comechingones. Las buenas y las malas. Pero el cordobés es un tipo que tiene todo eso. Y puede ser muy profundo, muy intelectual, sin demostrarlo, sin mostrarlo... puede ser extremadamente chabacano. Van oscilando. Tienen que ver con la cultura cordobesa y no con la formación. Por ahí encontrás un tipo que tiene un nivel de información y un nivel socioeconómico complicado y sin embargo tiene un análisis profundo de la realidad que no lo tiene un tipo de la Universidad. Pero por lo general el Cordobés es un poco todo eso. Un tipo extremadamente contestatario. Es una definición mía, de cómo lo veo yo, no?*

*Está orgulloso de sus sierras, de su agua. Está orgulloso de que los porteños le invadan el verano y se admiren por 4 montañas y los negros dicen "cómo se pueden admirar por esto". Está orgulloso por la cultura, por su educación. El cordobés está orgulloso de lo suyo. Le gusta ser reconocido. Fijate vos que hay una canción de Rodrigo que dice "Soy Cordobés", a pesar de que Rodrigo nunca entró en Córdoba porque la noche no se lo permitió, no hay lugar donde pases esa canción y los cordobeses no se sientan identificados. Rodrigo se fue a Buenos Aires y decía con 4 o 5 compases lo que era ser cordobés. Y la gente se identificaba. Se siente orgulloso de sus amigos, de sus relaciones, de su tonada... yo he tenido que lidiar con eso en los medios de comunicación que estereotipan todo. Porque el cordobés es un tipo que tiene salidas espontáneas, y se olvida de qué lugar ocupa en el rango social. Pero recorriendo el país yo creo que el cordobés es el tipo que más orgulloso se siente de su condición nativa, no?*

*Estos cuatro años como intendente me permitieron ver lo quejosos que somos a veces. Quieren tenerlo al Chaqueño Palavecino pero no quieren que toque en la puerta de la casa, quieren que hagás obras pero no quieren que le rompás la calle, quieren cambiar el auto pero no se bancan que les regulés el acceso al centro. Es así. Los tipos quieren obra pública pero no se bancan lo que trae aparejado. Eso lo digo más como funcionario que como cordobés.*

**LUIS JUEZ**

*El cordobés urbano, de la ciudad, es un ciudadano repentista que tiene el humor a flor de labios, en una inquietud permanente por estar al tanto de las cosas que suceden y demás. Pero yo lo defino como un individuo muy hábil para saber vivir bien e identificarse con lo suyo. Pero además es un receptor de ciudadanos de cualquier lugar de la república Argentina. Córdoba se ha transformado en un receptáculo de toda esa gente, por las fábricas, por la Universidad. Se fueron mezclando unos y otros. Pero el cordobés nato, el habitante de la ciudad tiene una identidad muy especial que es fácilmente ubicable. En los barrios típicos, Barrio Güemes, que era El Abrojal antes, Barrio Observatorio. En todas esas zonas, Villa Azalais. Hay individuos que llegan desde*

otros lugares, por ejemplo de la Capital Federal, y no entienden el idioma cuando se le está hablando... les resulta difícil entender a un cordobés con su idioma básico para dirigirse a la gente. Esa es la identidad.

RONI VARGAS

Creo que los cordobeses han estado muchas veces más ligados a la necesidad de seguridades, de ritualidades, de devociones, más que de espiritualidad. A esos cordobeses la Iglesia Católica les da respuesta. Pero frente a una sensación de necesidad espiritual más amplia aparecen cultos cristianos como parte de la sociedad de consumo, sin mucho registro del pensar de la gente, sino con una visión de marketing, de darle a la gente lo que quiere en lo inmediato, la solución rápida. Porque indudablemente los problemas sociales existen. Así como en la televisión te venden una pastillita para solucionarte los problemas afectivos, familiares, económicos, estas iglesias ofrecen la misma receta y la gente se la cree. La Iglesia Católica no nos hemos atrevido nunca a ofrecer una cosa semejante. Yo creo que la clase media alta y alta en Córdoba aparenta posiciones cristianas muy profundas, pero no hay un compromiso profundo con la Iglesia Católica. De las clases más bajas, la Iglesia está presente desde un lugar de ayuda material (comedores, ayuda económica, la caridad), en la década del '60, '70, la Iglesia estaba en la concientización, la alfabetización, la organización para la defensa de sus derechos, la protesta y reclamos a las autoridades. Hay una especie de tradición cordobesa, que es la de respetar la autoridad.

Padre GUILLERMO MARIANI

Yo creo que hay una identidad propia de los cordobeses que va más allá de la caricatura que tenemos los cordobeses. La caricatura de nuestra manera de hablar, el humor cordobés. Esas son manifestaciones folklóricas de Córdoba, pero yo creo que a lo largo del tiempo Córdoba ha dado muestras de una identidad muy fuerte, de ser una Ciudad Universitaria, con la primera Universidad del país, en 1613 se inaugura la actual Universidad Nacional, fundada de los jesuitas. Córdoba tiene una identidad política en el resto del país. Córdoba tiene el Cordobazo, la Reforma Universitaria.

Pbro. RAFAEL VELAZCO

El cordobés es un tipo simpático, difícil, un tipo que no abre las puertas muy fácil. Ingresar en el circuito cordobés no es para nada fácil. Y eso tiene que ver con cómo es el cordobés, que es muy defensor de lo propio, tiene una coraza que cuesta penetrar. Pero me parece que es un tipo noble. Simpático y noble. No creo que es distinto el cordobés del porteño. O del santiagueño. Los cordobeses han tenido oportunidades que no han tenido otras provincias. Que Córdoba tenga una Universidad que es la más antigua del continente ha sido un factor diferencial. Eso lo hace distinto. Lo demás son cosas superficiales: la tonada.

LAGARTO GUIZZARDI

*El Cordobés es principalmente humorista, con mucha chispa, con unas salidas increíbles, con unas salidas increíbles. Fanático de lo suyo, de sus cosas, de su provincia. Y los veo muy atentos, con quien viene de afuera.*

*Yo estoy muy identificado con Córdoba y me gusta como es la gente acá. Pero hay gente buena y mala en todos lados. Por suerte en muchas provincias hay gente muy buena también, en todo el país.*

MARCELO MILANESIO

*Los demás los ven con chispa, con humor, talentosos, despiertos te diría. Como virtud yo creo que somos gente simpática, que nos gusta recibir bien a la gente. Creo que hemos demostrado que somos solidarios. También como virtud creo que nos gusta cuidar nuestra ciudad. Últimamente no nos pasa mucho, pero tiene que ver con los gobiernos que nos tocan o los problemas que tenemos. Pero nos gusta lo nuestro y nuestra ciudad.*

*Los defectos pasan porque llegamos tarde. Cuando viajamos afuera siempre somos los últimos que llegamos. Somos jodidos con la puntualidad. Y después yo creo –no sé si es un defecto, pero, al defender tanto nuestra ciudad por ahí somos muy fanáticos y defendemos... a veces creemos que somos otro país.*

*El cordobés tiene humor de por sí. Y es medio gritón, viste? Como que querés que te escuchen.... Yo creo que no sé si hay muchos ciudadanos de otras provincias que lleven el orgullo que nosotros llevamos con ser cordobés.*

FERNANDO "FLACO" PAILOS

*El cordobés siempre tiene una chispa. Desdramatiza situaciones. Cada vez que uno le consulta sobre una situación particular, lo hace siempre con mucha chispa, ingenio, a verlo con un sentido demasiado humorístico. Se ha visto en una situación de crisis institucional y dramática de una elección no resuelta y verlo a través de la picardía, de situaciones que mueven a risa... el cordobés tiene esa cuestión que mueve a... la ironía.*

JULIO KLOPENBURG

*Yo creo que el cordobés participa de su vegetación. La vegetación de Córdoba es un poco espinosa. Entonces el cordobés, tal vez por una defensa, manifiesta también en su forma un poco a veces ciertas espinas, que no dejan acercar mucho a la planta, a la flor. Y pasa aquí.*

*El cordobés tiene como característica su mediterraneidad, al estar en el centro del país, puede alejarse un poco de lo que llega al puerto, no dejarse aturdir por la presencia de la globalización. Aceptarla pero con más defensas.*

*La globalización ha llegado a todas partes. Lo importante es qué actitud se toma ante eso. Eludirlo es suicida. Pero no nos podemos asfixiar por esta globalización. Porque puede agotar, matar, avasallar la identidad. Si se produce un diálogo, es provechoso. Porque la presencia del*

*mundo entero, de la técnica, del arte, de las ideas... está hablándonos. A veces no conocemos al vecino y conocemos lo que pasa en lugares muy distintas. Las posibilidades de la técnica también nos da posibilidades de respuesta. El cordobés no se ha dejado avasallar por la globalización, no la ha rechazado, la incorporó, pero no se perdió tras la globalización.*

ARTURO GARCIA ASTRADA

*El cordobés tiene características tal vez mal caracterizados o mal caratulados. Porque a lo mejor va un profesional excelente, grandes cirujano, grandes empresarios, van a otro lugar del país y le dicen "contate un cuento", y creo que Córdoba es más que eso y eso le da una gran personalidad. El cordobés es más que el chiste. Hay gente muy capaz en todos los estilos y los rubros. Nos hicieron fama del cordobés cuenta cuentos, hasta falluto, pero la personalidad es más que contar un cuento.*

*Yo creo que hay una sola forma de ser cordobés, que es la persona que quiere y ama a Córdoba, que extraña el Fernet, que extraña el calor, que extraña Talleres, que extraña Belgrano, que extraña Instituto. Creo que el cordobés debe ser de las personas más fieramente arraigadas a su lugar, a sus costumbres, a sus usos, a sus formas.*

CACHO BUENAVENTURA

*Pero somos solidarios con las personas concretas, pero no somos solidarios con las cosas colectivas. Alguien podrá decir que Rosario o La Plata son más limpias. Porque somos poco cuidadosos y solidarios con lo que tiene que ver con todos.*

FERNANDO MICA

*El cordobés es una persona muy ocurrente, muy cálida. También es una persona pensante, es una persona que estudia, que lee. Me gusta porque es una persona que estudia... estamos hablando de una mayoría, no de esa minoría que no puede estudiar ni acceder a los estudios públicos. Pero me parece que es una persona melancólica en la otra fase. Tiene su cierto grado de depresión, y muestra siempre una sonrisa para salir airosa de las situaciones. Y seguir adelante. Y la simpatía y las ganas de seguir adelante nos diferencia de los demás. En otras partes del país las personas son más tristes, más cabizbajas, ir, trabajar, seguir el día a día. El cordobés es mucho más pila, mucho más garra. Y también hay como una hermandad dentro del pueblo de los cordobeses.*

GABRIELA TESSIO

*Los clásicos se viven muy intensamente. Las cargadas al rival pueden durar meses, hasta que se juegue el siguiente.*

LUISFA ARTIME

*No se puede definir a un cordobés o a un rosarino o a un porteño en general, si no es por los rasgos más caricaturescos de sí mismos. Pero bueno, si se aceptan esas los habitantes de esta ciudad tenían (ahora ya n tanto) el ser cáusticos, con sentido del humor... dicen que cuando te bautizan nuevamente en córdoba le cavarón la lápida....*

*Un sentido muy socarrón de la existencia, una especie de desprecio por la pomposidad cultural, por la pomposidad formal, no se ... y lo que sí me parece que al también hay y que hoy se conserva, es una tendencia a pensar absolutamente al revés de la tendencia del país en cada momento... ir siempre en contra de la dirección del viento. Tampoco sabría explicarte muy bien las causas, supongo que habría que ir muy atrás para llegar a una explicación*

DANIEL SALZANO

*El cordobés es extremadamente rebelde, quilombero. Y está bien que así sea. Por eso aquí se armó la reforma Universitaria, el Cordobazo. Por eso acá es muy difícil que te metan el dedo en la boca. Acá la gente corcobeo y tiene razón. Lo mejor que tiene este pueblo es que no le gusta ser domesticado. Por ahí es ingenuo. Pero es bastante menos dócil que el resto del interior del país. Es jodido el cordobés en ese tema. Y eso es lo mejor que tiene el cordobés. Eso es una calidad natural del cordobés: siempre rebelarse ante la injusticia. Un tipo que no se resigna a que las cosas sean así. Te permite seguir soñando y teniendo utopía. Es un pueblo que – no es como el porteño “ya está, loco... para qué te metés con el poder, no ves que los tipos tienen plata, recursos, compran los medios”- al contrario, la gente te dice: “seguí peleando, dale con un caño, no importa, dejá que te puteen...” La gente de otras provincias es más dócil. Tendrá que ver con la idiosincrasia desde la conquista. El cordobés es bastante más quilombero y a mí me encanta.*

LUIS JUEZ

*El cordobés es religioso. De allí a que se sienta identificado con la iglesia, y con la iglesia institucional... yo pongo mis reparos. Hay cierta práctica religiosa. Según una encuesta el 85% de la gente dice ser católica, y de ella el veintipico por ciento participa de celebraciones religiosas. Pero es más religioso que católico. Es religioso a la cordobesa.*

Pbro. RAFAEL VELAZCO.

*El público cordobés es muy conocedor del deporte, del deporte que vos le hablés es muy conocedor de las cosas, y se da cuenta de quien es el que tiene entrega y quien es el que no tiene entrega, quien es el que se hace el pícaro, creyendo que la pasa a la gente y a la gente no la pasás así nomás.*

*El cordobés es de trabajar, el cordobés es de divertirse, el cordobés es de tener chispa para salir de situaciones complicadas o difíciles, es muy astuto, muy hábil, tiene un perfil que es distinto a cualquiera.*

SANTOS “FALUCHO” LACIAR

*El cordobés es público de teatro. Si lo ponés en comparación con otros el cine tiene más convocatoria en Córdoba. Nosotros desde mayo estamos con funciones de miércoles a domingo, con dos y tres funciones los días, a lleno todos los días.*

JUAN ADRIAN RATTI

*El cordobés tiene muy incorporado el humor, la cultura, las universidades... tiene una aureola muy grande de cultura que se desparrama por el mundo. Si la analizamos desde el punto de vista de la palabra identidad, tendría que decir que es una identidad potente la del cordobés. Es muy exigente, muy perfeccionista y muy de lo suyo.*

ANA MARIA ALFARO

*No tenemos facilidad para la literatura, no tenemos grandes escritores. Salvo la media docena que todos conocemos. Y muchos están muertos. En este momento hay un despertar de lo que podríamos llamar literatura local, de modo que no somos muy dotados en esto de leer y escribir. En cambio sí hemos dado muy buenos leguleyos. La abogacía siempre ha dado una buena interpretación de la ley. Nuestro teatro es muy valioso. Porque el teatro siempre fue la rama del arte en reflotar más rápidamente después de los exterminios. Acá pasaba la topadora, no quedaba nada.... y 10 días después tenías dos elencos trabajando en un sótano de Alberdi. Y sigue siendo así. La cantidad de chicos que se van integrando al movimiento de la ciudad a través del teatro es poderosísima.*

DANIEL SALZANO

*Es diferente. Sólo en la cantidad de festivales que se hacen... venimos de Neuquén, el público es correcto, el cordobés, se manifiesta, grita, participa. Los del norte en general son mas participativos. El público de Córdoba es amante de una mezcla de ritmos folclore, rock, tango cuarteto. El cordobés es un amante musical, sin diferencias sociales.*

*Córdoba es el centro neurálgico del país y por ende es centro que cuando se hace un éxito aquí, estalla como una bomba por el país. Por eso todos quieren venir a Córdoba, tener difusión en Córdoba y si gustás en Córdoba gustás en todo el país.*

VICTOR HUGO GODOY

*El rasgo muy fuerte es un sentimiento de localismo muy fuerte. Se da en las grandes ciudades del interior, Córdoba, Rosario... pero es tan fuerte que se da en Córdoba a pesar de que por la Universidad o por lo que antes eran sus industrias. Córdoba está llena de no cordobeses. Hay un orgullo localista, el amor por los equipos de fútbol locales: Talleres, Belgrano, Instituto... es muy fuerte. Muy en segundo lugar aparecen clubes nacionales. En la clase media más pudiente, donde tal vez hay menos cordobeses, la afinidad futbolística es otra. Mayor apego con lo local en*

los sectores más humildes. El cordobés es alegre, divertido. Creo que la sociedad cordobesa tiene una mezcla de dos cosas: anhelos no cumplidos, un poco porque en muchos aspectos siempre le ha faltado "5 para el peso"; pero por otro lado esa actitud de tomar la vida con cierta complacencia, de divertirse, de ser informal, de reírse de uno mismo... creo que el cordobés es una mezcla de las dos cosas.

FERNANDO MICA

Cuando uno habla de gente la tiene que posicionar. Si uno va al cerro de las rosas, a los barrios de los ricachones que viven en countries.... Te van a decir qué bueno haber renovado la "fachada" de nuestra ciudad. El resto no creo que piense de la misma manera. Yo creo que cuando se habla de gente hay que ubicar dentro de qué sector social se ubica esa gente. Si le pregunto a alguien que vive en el barrio San Vicente, seguramente va a querer que nunca se toque la Escuela Rivadavia. Por la historia que tiene la Escuela. Si le pregunto a un viejo vecino de Nueva Córdoba –no a los jóvenes que apenas se instalaron acá y no conocen la historia- qué sintieron cuando tiraron abajo la escuela olmos, seguramente van a compartir conmigo lo que estoy diciendo. Porque además era la defensa de la Escuela pero además la defensa de un lugar muy bonito que es la Casa Radical, el Río Suquía, la Plaza de la Intendencia... los viejos edificios de Tribunales I.

LILIANA OLIVERO

Muchos de los que son de clase media porteña, rosarina o cordobesa comparten gustos musicales, consumos, viajes al exterior.... Uno vive en un country de Buenos Aires, otro en uno de Rosario y otro vive en aquí. Los chicos usa la misma ropa, tienen la misma Play Station... son rasgos compartidos, no tienen identidad.

MIGUEL CLARIA

Pero el hombre de la ciudad está caracterizado como un hombre pícaro, rápido para las respuestas, dotado de un gran sentido del humor, que son armas que pueden ser corrosivas, cuando se trata de discutir, de elaborar algo. Pero no hay un único cordobés. No hay una característica que sintetice al cordobés, que sea única. Salvo que apliquemos con el interior de la provincia lo mismo que aplican los de la Capital al resto del país, que creen que el país se reduce a su universo social, cultural... con sus oleadas de porteños prepotentes, que piden mal las cosas. El cordobés en ese aspecto es replegado sobre sí mismo. Sin ser modesto. El cordobés no tiene la astucia que da la pobreza de un riojano, por ejemplo. La astucia no tiene que ver con la picardía del cordobés. Muchos consideran que el cordobés es falluto. Que la palabra del cordobés no se cotiza en una sociedad honorable.

CARLOS HAIRABEDIAN

*El cordobés es cerrado, desconfiado, analítico. La identidad general del cordobés básico. Un hombre que no digiere la realidad tal como se la presenta. Más allá de lo que se imprime como básica, como a flor de piel. Ocurre con cada hecho histórico, político-social de la Argentina. El cordobés siempre se destaca o por sus opiniones, o por sus disensos o por sus consensos.... El cordobés se presenta como una voz distinta, cantante de la uniformidad que a veces suele ser la Argentina.*

*La falta de paciencia. En un aeropuerto, no saber esperar. Íbamos gente de todo el mundo en un avión y los primeros en hacer escándalo, sin preguntar, sin consultar, sin esperar a ver qué pasaba: un cordobés, un argentino.*

*El cantito habla mucho de nosotros.*

FABIANA DAL PRA

*El típico cordobés es el que se toma las cosas con humor, que a veces cae en chabacano para hacer un chiste, como consumidor no da tantas vueltas. Le gustan las cosas de calidad (también depende de las cosas de que se tratan) y las otras son cosas ligadas al resto de los Argentina. Metidos en una ciudad con muchas universidades, por lo tanto nos mezclamos con la gente de distintos lugares... tenemos pocos prejuicios con los de otras provincias, somos abiertos en ese sentido.*

ARMANDO MEROLI

*Muchas cosas se van perdiendo a medida que Córdoba va dejando de ser un pueblo grande y comienza a ser una ciudad grande. A veces hay gente que sigue viviendo como si fuera un pueblo.*

JULIO KLOPPENBURG

## **2) LA HISTORIA**

*Córdoba es el mejor lugar para vivir por muchas razones. Una de ellas es la de la historia de Córdoba. Uno encuentra en las calles gran parte de la historia del país y la ilusión, esa gran ilusión que se perdió en los 60 todavía está viva en algunos rincones de la ciudad. En un momento el valor diferenciador era la Universidad y la industria metalmecánica. Hoy queda sólo la Universidad.*

LAGARTO GUIZARDI

*Si algo ha quedado de nuestros habitantes primitivos debe haber sido el acento, aparte de las toponimias, los nombres... de los lugares, de los ríos. Que por suerte lo hemos recuperado... porque ya lo reclamó Arturo Capdevila...*

JOSÉ LUIS SERRANO

*Si vamos a hablar de identidad nos tenemos que remontar a cuando esta zona del continente americano estaba ocupada por sus antiguos pobladores, los aborígenes. De esa época se puede remontar la identidad de esta región en los Sanavirones y Comechingones. Desarrollaron su forma de vida, su cultura, que quedan huellas de ellos en el Cerro Colorado, en infinidad de morteros que utilizaban para su vida, para la caza, su hábitat. Después viene el dominio español. Además, del aborigen viene el esclavo africano, los comechingones y el español y se incorpora a fines del siglo XIX el europeo. Hoy lo que podemos llamar identidad es la mezcla de esas razas. En lo que es Córdoba y Argentina, siglo XVII y XVIII, ahí se forma una identidad. Pero Argentina es una sumatoria de identidades. Lo interesante de la cultura es rescatar la identidad de los pueblos que ocuparon un lugar, en este caso Córdoba.*

JAVIER CORREA.

*La historia cultural y educativa y de rebeldía, sigue conformando, aunque con menos fuerza que antes, la identidad y la cultura cordobesas. Hay una especie de sector minoritario muy fuerte que se aferra a las tradiciones, los rituales y las costumbres, no ya para mantener el valor histórico sino para mantener la seguridad que ha sido su fuerte, una clase social, un estilo de vida, una manera de comportarse que ha sido su vida y su seguridad, del apellido, de la clase, de la influencia. Y eso no debe confundirse con la necesidad de conservar, como cosa del pasado, las construcciones, las ideas, los movimientos del pasado, sin prolongarlo ahora al tiempo.*

GUILLERMO MARIANI

*El personaje que más me ha impresionado de Córdoba es Jerónimo Luis de Cabrera. Y esto parece una respuesta casi tonta, pero en muy pocos lugares del país y del mundo el fundador de un lugar es el personaje más popular. Entonces yo fui comprendiendo la identidad del cordobés a medida que fueron pasando los años, a raíz de que se sienten identificados con quien fundó la ciudad como si fuera su "padre", entre comillas. Jerónimo Luis de Cabrera dejó de ser Jerónimo Luis de Cabrera para ser "Jerónimo Luis". Es el personaje más importante que tiene la ciudad de Córdoba y al que más respeto le tienen. Más allá de los gobernantes, más allá de cada uno. Es Jerónimo Luis de Cabrera que es un personaje con facetas de personalidad tan coloridas, que sin duda son los colores que le trasladan más tarde a los habitantes de esta ciudad.*

RONI VARGAS

*La identidad del pueblo cordobés es esencialmente contradictoria. Y a su vez muy localista, por su recorrido histórico, porque en el hacer de la sociedad cordobesa interactúa un conservadurismo local muy fuerte que lo traemos de nuestra historia. Desde lo colonial. Y esto interactúa con actos de rebelión como la Reforma Universitaria. Aún antes, cuando Buenos Aires declara la Revolución el 25 de Mayo, la sociedad que se opone es la cordobesa y tienen que venir los porteños y fusilar*

*gente y aplacar al pueblo cordobés y las armas. Entonces es una sociedad eminentemente contradictoria. El localismo deviene de que Córdoba fue una de las primeras ciudades en fundarse, incluso antes que Buenos Aires*

*ADRIAN CARBONETTI*

*A mí me parece que el primer contestatario que tuvo Córdoba fue su fundador, Jerónimo Luis de Cabrera. No es casual en nuestra existencia que este hombre haya fundado nuestra ciudad desobedeciendo instrucciones. él no tenía necesidad de fundar la ciudad de Córdoba y la fundó. Y luego este padre muere cuando su hijo tenía nada más que dos años. Te diría que esta debe ser la única ciudad del mundo que tiene a su fundador en su logotipo municipal, no? Y es un conquistador español. Sin embargo lo queremos en esta ciudad. Porque sentimos por Jerónimo algo confuso, que tiene que ver con la estatua que tiene Jerónimo en la plazoleta, que la hizo un escultor muy importante de la ciudad de Córdoba que se llama Suárez. Él se inspiró evidentemente en Don Quijote de la Mancha. Es decir que nuestro fundador se parece a un soñador... aún su postura es casi la de un quijote, mirando no se sabe para dónde... no es un tipo dictatorial, no es un tipo enérgico, es un tipo lírico, casi te diría un delirante. A mí me encanta saber que procedemos casi en línea recta de un soñador.*

*DANIEL SALZANO*

*En la época de la Colonia cualquier expedición tenía que pasar por Córdoba. Estaba lo suficientemente lejos del puerto para que Sobremonte quisiera refugiarse. Y lo suficientemente cerca del puerto para que cualquier expedición tuviera que pasar por Córdoba. Siempre San Martín venía a descansar, o pasaba Belgrano. Siempre pasaba algún prócer. Los caudillos del interior siempre se refugiaban en Córdoba. Córdoba tenía esa característica de ponerse tan cerca o tan lejos según lo que quisiera ponerse el cordobés.*

*LUIS JUEZ*

*Los jesuitas no fueron los primeros en llegar a Córdoba porque ya habían llegado los franciscanos y los dominicos.... fue muy fuerte porque comienza con un Colegio Máximo, centro de formación interna para los jesuitas con alumnos externos, se le da transformada en Universidad en 1613, lo tienen durante 150 años, que viene la expulsión de los jesuitas, pero la Universidad sigue.*

*La primera Universidad privada del país fue la Universidad Católica de Córdoba, fundada por la Compañía de Jesús. Con un grupo de laicos que trabajaron y el arzobispado, pero por los jesuitas. O sea que Córdoba tiene una impronta jesuítica muy fuerte. Ese generó también las estancias jesuíticas que están instaladas en todo Córdoba, que generó toda una cultura productiva, esto era una aldea de hijos de colonizadores. Y los jesuitas a través de la Universidad generaron otro desarrollo.*

*Se siguió el camino de la conquista, del Alto Perú, después Santiago y después Córdoba. Jerónimo Luis de Cabrera funda Córdoba sin permiso. Al año siguiente lo meten preso precisamente por eso.*

*Los jesuitas llegan a Córdoba y ven un terreno más propicio para su Colegio, el obispo les cede tierras...*

*Cuando preguntamos por la impronta de los jesuitas, varía según el imaginario de cada persona. Para algunos son lo que ocurrió hace siglos, para la Universidad somos un hecho histórico. Para otros los jesuitas somos una orden revolucionaria, digamos. Para otros somos una orden fiel al magisterio de la Iglesia, o somos esos jesuitas que conocieron. Hay diversidad en cuanto al concepto de lo jesuítico. Pero el cordobés tiene una cierta simpatía, no mira con desprecio ni con rabia, ni niega su influencia jesuítica. ¿Y en qué se basó? En que los jesuitas tuvieron buen trato con los aborígenes y no permitían la encomienda, la esclavitud de los aborígenes. Tienen problemas con los encomendarios, tienen que irse a Chile, después vuelven. Pero apenas comienzan tienen problemas por este tema. Los jesuitas les niegan la comunión a los encomenderos. Los primeros catecismos en guaraní, la Biblia en guaraní la escriben los jesuitas. El guaraní se salva como idioma escrito por los jesuitas. A partir de ahí se genera la gramática guaraní. No inculcaron el Evangelio inculturando sino respetando la cultura. Si bien no deja de ser un posicionamiento. Los españoles ocuparon el lugar y los jesuitas vinieron con ellos. Pero no se los percibió nunca como quien avasalló, sobre todo al aborigen. Eso es un legado que está. La idea de incluir lo diferente.*

**RAFAEL VELASCO**

*El Córdoba el indio era bastante rudimentario con respecto a toda la civilización incaica que llegó a Argentina. A partir de la expulsión de los jesuitas empieza a aparecer la expresión artística de neta influencia europea, de todo lo que es el movimiento europeo. A mí me interesa mucho saber qué se identificó en cuanto a cada momento histórico en el que fue hecho el monumento. Tratar de que en cuanto a la fisonomía, los colores, las molduras, que sean originales. Con la investigación de los materiales, los análisis de laboratorio, la investigación histórica, surge la verdadera identidad de ese edificio y qué le quiso dar el autor en ese momento histórico.*

*Por ejemplo, para restaurar la basílica, los azulejos que decoran el coronamiento de las dos torres, la cúpula mayor y la cúpula del camarín de la Virgen. Estos azulejos fueron donados por el General Urquiza a Fray Olegario Corea en 1860. Los azulejos los utilizó también Urquiza en su residencia y están hechos en Francia, a mano y era toda una novedad en lo tecnológico. Porque hasta ese momento en la Argentina no existía el azulejo y sirvieron de protección en los lugares donde la intemperie era muy fuerte y a la vez tienen un aspecto muy decorativo teniendo en cuenta que se colocaron en 1860 y 150 años después siguen manteniendo el mismo esplendor y brillo.*

**JAVIER CORREA.**

*Nuestra oficina está enclavada en el centro de la ciudad que perteneció hace muchos años a la familia de los descendientes del General Paz...*

MARÍA ROSA COOPER

*En la Argentina luego de un proceso originario ha venido una inmigración. Y se dio un proceso que la inmigración, que ha enriquecido a nuestro pueblo, tuvo que asimilarse a la identidad para ser parte constitutiva de ese pueblo. Porque en Córdoba, por ejemplo, este aluvión migratorio, a veces aparece como una especie de amenaza a esa identidad, pero felizmente yo creo que se ha hecho una amalgama muy buena y ha hecho que el pueblo de Córdoba sea el mismo de sus orígenes, enriquecido por esas ideas, que enriquecen pero no lo cambian totalmente. El pueblo tiene las mismas características en cualquier momento de su desarrollo.*

ARTURO GARCIA ASTRADA

*Por un lado -que me parece significativo- Córdoba tuvo su mayor auge y significación en los años '60. Se producen un montón de acontecimientos en el mundo que de alguna manera repercuten acá también. Y Córdoba devuelve esa influencia a partir de una generación brillante. En los años '60 se dan nuestros grandes arquitectos, nuestros grandes sindicalistas, hasta te diría que los mejores jugadores de fútbol se dan en los años '60. Tuvimos una Facultad de Arquitectura que dio una generación de gente brillante. Pero Córdoba tenía peso político, peso específico. Además, las grandes industrias se habían radicado aquí. La gente empezaba a tener conciencia de su propio poder, de su propia fuerza... y todo eso unido, había una existencia palpable de que estaban sucediendo cosas. Acá pasaban cosas todos los días. Estamos hablando de una época en la que se construye el área peatonal, que nos iba a conducir hacia un futuro. Pero después en la práctica quedaron nada más que 8 calles con baldosas sin demasiado significado. Pero en su momento conmovió a la población: el progreso. Córdoba se entregó gustosamente a ese proceso. Después fue talada. Fue talada con mucha saña, creo que en ningún lugar de la Argentina hubo tanta represión como en Córdoba, con tanta prolijidad, con tanta inquina, con una cantidad de muerte espantosa. De las cuales quienes vivimos esa época tenemos un recuerdo muy... la talaron directamente. A Córdoba la asfixiaron. Y desde entonces Córdoba se ha ido dispersando, buscando un camino pero sin fijar el rubro. Se ha ido mezclando, enturbiando. ¿Por qué? Porque pasó a ser un lugar de paso para Buenos Aires. A veces ese lugar de paso se convierte en residencia.*

DANIEL SALZANO

*El Cordobazo fue también un momento histórico de grandes marchas, estudiantiles por ejemplo, en todo occidente.*

*Fui víctima del único motín policial que derribó con un gobierno constitución, que fue el del Teniente Coronel Navarro. Yo fui víctima con la destrucción de mi vivienda. Fui víctima de la triple*

A. Si hay algo que me avergüenza de Córdoba es el grado de complicidad y de tolerancia que ha tenido la ciudad durante la Dictadura Militar 1976-1983. Pero me enorgullece que hay fuertes que resisten, a pesar de todo eso, con sus banderas.

Hay organismos en Córdoba que han tenido un fuerte protagonismo y arraigo que actúan de una manera activa para recuperar la memoria e impidan la reconciliación que no sea a través de la Justicia. No sé si son representativos en la conciencia de la ciudad de Córdoba. Y todavía no tenemos un solo condenado en Córdoba, después de 24 años de la restauración democrática. En ese aspecto, Córdoba está en deuda con el resto del país.

Córdoba desde 1983, cuando se recompone la institucionalidad detrás de una dictadura que particularmente en Córdoba fue siniestra, vamos a ver que a nivel provincial se han acuñado dos hombres de sesgo conservador, como Eduardo César Angeloz y José Manuel De la Sota. Con ideas de estancamiento, más allá de algunas acciones de apertura institucional, pero no se relacionan con el "espíritu progresista" con los que algunos han querido investir a Córdoba. Y el único hecho de ruptura fue el intendente de Córdoba, Luis Juez, que se dio a raíz de la crisis del 2001 con el "que se vayan todos" con el que le dio fastidio a los políticos más tradicionales. Pero el ideario de Luis Juez, salvo su reivindicación de la honestidad, en el orden estrictamente ideológico no difiere de Angeloz y de De la Sota. Más allá de la conducta que debe tener de gobierno.

Hay una tensión entre la historia de Córdoba y algunas ideas que persisten que se ha resuelto a favor de aquellos que no quieren revisar el pasado.

CARLOS HAIRABEDIAN

Siempre cantamos a las cosas cotidianas y sociales. "Zamba de Alberdi", por el barrio de estudiantes, "Córdoba Va" de Francisco Heredia. También cantamos al Chango Rodríguez. Estuvimos prohibidos en la dictadura militar. No se podía decir "libertad" o "paz". Nosotros tuvimos esa experiencia, pero hoy hay 30.000 que no lo pueden cantar.

VICTOR HUGO GODOY

El sindicalismo combativo ya no existe. Te lo imaginás a Dragún, de la SMATA, vos lo ves lleno de oro... yo reivindico a algunos sindicalistas. A Santiago Clavijo de Luz y Fuerza, a la UOM, tipos que son... a Ruben Danielle de Municipales. Esos son buenos sindicalistas.

LUIS JUEZ

Identidad es lo que hace cada uno, que se va nutriendo en base a otras personas, la familia, la cultura. La identidad de Córdoba ha cambiado, la identidad de los sindicatos, de los sindicalistas. Ha cambiado la identidad de la Universidad, de los estudiantes. Se ha diluido muchísimo. A mí no me gusta la identidad que tiene en el día a día Córdoba. Antes era la lucha por ideales. Hoy son más efímeros y el compromiso me parece que ha cambiado por lo económico. El sistema te lleva a eso. Hoy los sindicalistas pelean por sí mismos, en su momento peleaban por un modelo de país.

*Hoy los reclamos son fáciles de diluir, se desarmen fácilmente. Son muy aislados los reclamos, al menos los que tienen una visibilidad en los medios. Hay falta de ideología. La ideología yanqui se basa en la tecnología y los medios siguen esa lógica.*

**TOMÀS MENDEZ**

*La clase dirigente no sale de un repollo. La falta de compromiso es de todos.*

*En Córdoba nos identificamos con los personajes más informales que un rosarino, un porteño. Y eso nos hace rescatar personajes como la Mole Moli.*

*Años atrás los jóvenes participaban de los partidos, los sindicatos. Hay gente de mi edad que luchaba por ideales y cambios y hoy está un poco entregada. Y criaron a sus hijos en una actitud distinta a la de sus propios ideales, en una actitud más resignada.*

**FERNANDO MICA**

*La Reforma Universitaria, el Cordobazo. Esos momentos históricos. Pero también tenemos una votación medio rara ahora, y nos identifican con eso.*

*Yo viví mucho el Cordobazo porque vivía muy cerca, en Bolívar al 400. Y estuve ahí. Me hubiera gustado ser más grande, ser Universitario, defender esos ideales. Como me hubiera gustado estar cuando se fundó Córdoba, con Jerónimo Luis de Cabrera, que dicen que parecía un calefón con esa ropa. Me hubiera gustado ser un comechingón, pero un indio, no en lo que saben todos....*

**FERNANDO "FLACO" PAILOS**

*El Cordobazo. La caída de Angeloz nos marcó mucho también. Porque en una provincia básicamente radical fue una prueba de que lo que habíamos elegido no era lo que representaba.*

**GABRIELA TESSIO**

*Hay una especie de iconización de algunos planteos políticos. La UCR ha sido el ícono tradicional cordobés. En lo social lo que significa la vida conventual o de monasterio. Los monasterios son algo con mucha presencia desde lo edilicio pero con una cierta cobertura misteriosa de algo a lo que no entra la sociedad, porque no sale hacia afuera. Y en Córdoba la cantidad de congregaciones no genera: "¿qué hacen esas monjas que no salen a trabajar?". Se venera y se eso es un ícono de respeto y prestigio de la Iglesia Católica dentro de Córdoba.*

**Padre GUILLERMO MARIANI**

### **3) EL PRESENTE y LA EXPECTATIVA DE FUTURO**

*Yo creo que estamos viviendo una época mala. Un poco mejor que algo que hubo antes. Pero yo aspiro a algo que era mucho mejor. Yo soy un sobreviviente de los intelectuales de los '60. Por lo*

*tanto tuve el enorme placer de ver esas cosas en vivo, de hablar con la gente importante de esa ciudad, que marcaba rumbo... bueno, todo eso ha sido reemplazado por... una clase dirigente que no tiene mucha imaginación, que ha sido educada a su vez por una clase dirigente que es exactamente igual a ella, entonces estamos formando políticos seriados que utilizan siempre los mismos recursos. Y evidentemente troquelada de esa manera no tiene muchas posibilidades de evolucionar. Estamos viendo como el paisaje se degrada, cómo las barriadas desaparecen, casi como una consecuencia lógica. Pero está siendo degradada de un modo implacable. Sin ninguna sensibilidad hacia todo lo que está latiendo en los sótanos de esta ciudad, no?*

*La política en Córdoba se ha convertido en una página de sociales. Aquí no hay un concepto, no hay una idea, que se debata. Hay un modo de mostrar el poder que va de mano en mano. Entonces se ha convertido en un conventillo. La izquierda ha desaparecido. La derecha se ha confundido con el centro, ha negociado con la izquierda. La gente se ha hartado de todo esto. Pero no hartado en el sentido de decir "basta". Creo mi individualidad y a partir de allí voy a progresar.*

DANIEL SALZANO

*A pesar de estar en La Falda, veníamos mucho a Córdoba, al cine, a pasear. Pero cuando vine a estudiar a Córdoba, hace más de 35 años, la gente era más tradicionalista, con más vida de barrio. Atenas podía salir a mitad de la tabla de un torneo local de básquet, también los había de fútbol. Hoy no se lo piensa a Atenas sino con otros equipos nacionales. Se ha globalizado.*

*En los barrios eso de confiar en el vecino no se ha perdido del todo, la familiaridad facilita una característica de ser solidarios que no se da en todos lados.*

FERNANDO MICA

*Se está llegando a un consumismo exagerado a partir de la salida de la crisis económica, por ejemplo, la vigencia de los celulares...*

MARÍA ROSA COOPER

*Yo creo que en relación al deporte el folklore de los hinchas, del apoyo y el afecto que te da la gente por la calle no ha cambiado. Más allá de los cordobeses, creo que todo el país, somos un poco exitistas, pero a la vez tenemos un modo de cargarlo, de llevar la pasión que creo que no se da en ningún otro país del mundo.*

MARCELO MILANESIO

*Córdoba es una fuente de talento de todo orden, en el deporte, en la política, en lo cultural. La provincia y sus paisajes. No me imagino viviendo en otro lugar que no sea Córdoba.*

HÉCTOR "PACHI" CAMPANA

*Con el progreso de la ciudad se decide devolver esas construcciones y se va perdiendo la identidad de nuestra ciudad. En vez de hacer intervenciones en nuevos barrios en la ciudad se construye en lugares históricos y en las construcciones que tiene el deberían ser resguardadas pero hay con todos los problemas económicos que tiene el Estado, porque no se dispone de presupuesto para expropiar pero si se podría aplicar un tipo de política que los inversores busquen construir grandes edificios en otros barrios y no en el área central de todo lo que era la época de la colonia o la Nueva Córdoba. Y todo lo que fue la arquitectura europea. Es un ejemplo para nuestra identidad y para que el mismo cordobés y el visitante entiendan la historia de la ciudad. Hay actitudes en los políticos sobre un hecho puntual pero no hay una política de Estado, normas y leyes que acompañen la preservación de nuestro patrimonio. Hay hechos aislados que a veces son buenos y a veces malos, pero no veo una política de Estado con decisiones serias por ahora.*

JAVIER CORREA

*Yo preferiría que Córdoba fuera en 20% más chica, por estilo de vida... si me preguntás comercialmente te digo no. Me parece que ya es demasiado grande, hay demasiado ruido, ha cambiado el parque automotor, por la cantidad de autos que se han vendido en los últimos años. Vos te das cuenta de que hay un embotellamiento que es común, cualquier persona se da cuenta que sería más cómodo que no fuera así.*

*La construcción excesiva en la ciudad creo que es un signo de que el país va mal. Una economía con poca variante no es buena. Grupos de gente que son viajantes que se juntan para hacer un edificio, viajantes que los hacen solos. Tengo un empleado que está haciendo unos locales. Yo estoy haciendo unos departamentos con un amigo arquitecto. Es bueno para la construcción, pero si vos lo mirás desde lo social estamos haciendo todos lo mismo. Hoy en día es rentable, pero, ¿a dónde estás yendo?*

ARMANDO MEROLI

*Se perdieron las ganas, o al menos las ganas virulentas de cambiar las cosas. Se están perdiendo. Y se ha ganado en otras cuestiones: es más linda estéticamente. Hace muchos años la ciudad era más chica, más abandonada, menos cosmopolita. Está más cosmopolita, y a mí me gusta más eso que antes. Y extraño de antes el vuelo más idealista que ahora está como perdido.*

LAGARTO GUIZZARDI

*La Córdoba actual clericalmente es menos influyente. Y la Córdoba conservadora (que puede ser laica, no van unidas) sigue vigente. En las calles, el atuendo, las banderas, las consignas, intentan un cambio. Pero no se traduce en las elecciones, que siguen siendo visiblemente conservadoras.*

CARLOS HAIRABEDIAN

*La manzana jesuítica, desde el 2000 hasta ahora, con esto de ser patrimonio de la humanidad, todo el mundo pasa y el comentario es “tenés que ir a la manzana jesuítica”. Le ha dado como una vida turística que antes no tenía, las estancias y las manzanas jesuíticas. Eso yo creo que se ha transformado en un centro identitario en Córdoba. Córdoba son los jesuitas y los jesuitas son Córdoba. Eso también lleva a que cualquier iglesia que se ve por ahí se dice: “esto es jesuítico” y macana! Yo lo pienso desde otras comunidades religiosas y me parece muy injusto. Porque los franciscanos han estado muchos siglos, los dominicos, los mercedarios también, con muy buena obra y muy buena labor, y lo siguen haciendo. Y parece que los laureles lo llevamos los jesuitas. Hay muy poco estudiado sobre la Manzana Jesuítica. Algún historiador, pero en el marco histórico de la Argentina, que tienen algún capítulo sobre Córdoba. Y dentro de él, algo sobre las manzanas jesuíticas. Pero yo creo que da para profundizar ese tema. Las vicisitudes de la Universidad. Hay para investigar bastante todavía, y puede dar pistas sobre quienes somos los cordobeses. Córdoba estuvo muy marcada por la presencia de negros, incluso tráfico de negros. Y si uno mira algo de la idiosincrasia se va más la presencia de la cultura de los negros que de los aborígenes. Ha habido algo muy fuerte en Córdoba. Y luego desaparecieron. Estudiar eso, por ejemplo, que la única iglesia que tenían los negros era la Cofradía de la Compañía de Jesús. Cuando a los jesuitas los expulsaron, los que lloraron la partida fueron los negros y los estudiantes universitarios.*

RAFAEL VELAZCO

*Jerónimo Luis de Cabrera puede ser conocido hoy por los chicos que van a la escuela que se llama así, porque se ha perdido mucho de cuáles fueron los próceres de la provincia. El San Francisco del Chañar que está en el Camino Real con esa bella e imponente iglesia en un pueblito que solamente tiene palmas, pobres y desocupados ¿quién va a conocer el camino real, por donde pasaron los grandes hombres que forjaron nuestro país. No sé si se conoce.*

LILIANA OLIVERO

*Creo que Córdoba tiene, a lo largo de su historia, ha tenido un rasgo distintivo. Y es que ha tenido, a través de los sindicatos, a través de la Universidad, la vocación de poder incidir en los cambios sociales del país.*

*Ahora, claro, los gremialistas siguen, la Universidad sigue. Pero, ¿son los mismos de la década del '60 o '70? El mundo cambia. Preguntale a mi papá cómo era y cómo soy yo. Cómo era yo mismo hace unos años. Todo cambia.*

MARIO PEREYRA

*Aspiramos a una ciudad más correcta, en orden, con empresarios concientes de los derechos de los consumidores. ¿Están preparados para este nuevo ritmo? Las herramientas es la calidad humana de los empleados que día a día se van capacitando, leen, estudian...*

*Hay nuevos derechos. Está la comunicación celular y la informática que le da nueva identidad. Hay un liderazgo puro de los derechos humanos y hay que educar a los consumidores.*

MARÍA ROSA COOPER

*Una de las metas que la Universidad tiene también en la necesidad de ser Crítica respecto de la realidad. De hacerse preguntas respecto de la realidad. ¿Por qué estamos asumiendo esta conducta, a dónde nos lleva? Hay cosas que pueden ser disolventes de una realidad: el descrédito de las instituciones, serruchar el lugar en donde estamos parados, la propia institución en la que estamos. Creo sólo en mí mismo y los demás son enemigos. La cultura de perder la memoria también está amenazando la identidad. Conozcamos nuestra historia, no para quedarnos aquí, sino para ver dónde vamos.*

RAFAEL VELAZCO

*Yo he oficiado misa durante dos años con un grupo de música beat (antes la llamábamos beat, es el antecedente del rock). Después, me cansé porque este grupo todos los sábados a la noche estaba de barra, llegaban a la misa de 11 a las 11,10. Tenían que hacer sonido, preparar instrumentos, hacer un ensayo. Siempre empezábamos tarde. Pero a medida en que se llenaba de jóvenes se alejaban las personas mayores se fueron alejando. Fueron variando las costumbres, no desde el ámbito educativo pero sí desde las expresiones artísticas. Y generaron una apertura hacia lo distinto. Y eso hizo variar mucho la identidad de los cordobeses.*

Pdre. GUILLERMO MARIANI

*Esta visión me la dieron los periodistas amigos de otros lugares. Córdoba es la provincia de los grandes líos. Episodios que hacen que los medios capitalinos vengan y pongan la vista aquí.*

*Personas particulares y muy graciosas. Y amigos a estar siempre con una situación extraordinaria que demuestran que a veces no son tranquilos, no son personas pensantes, preparadas, amigos a estar siempre en el escándalo.*

*En el plano político, una situación similar a la que ocurrió en el Chaco aquí con las elecciones. En el Chaco no prosperó más allá de algunas declaraciones altisonantes de uno y otro candidato. Hasta que finalmente uno dijo "yo perdí" y el otro "yo gané" por una poquísima diferencia. Aquí se instaló una larga película de la que uno puede decir, que ni vencedor ni vencido se van a terminar dando la mano como ocurre en una puja electoral.*

*Estamos pendientes de cada una de las cosas que ocurren y no las dejamos pasar así no más.*

JULIO KLOPENBURG

#### **4) EL LUGAR GEOGRÁFICO DE CÓRDOBA**

*Es una especie de enclave entre las zonas del Norte y el Sur. El Norte que tuvo un desarrollo muy importante en la época de la Colonia y las zonas del Sur que tuvieron un desarrollo importante a partir de 1880. Es decir, que es una ciudad que ha servido como nudo neurálgico entre las regiones.*

*Por acá pasaba todo el comercio que venía del litoral hacia el Norte. Y esto le ha dado cierto grado de importancia y le ha legitimado como una ciudad con esas características pero a la vez le ha dado ese rasgo de localismo y orgullo de sentirse cordobés.*

ADRIÁN CARBONETTI

*Es difícil ver desde Córdoba mismo las montañas, uno se acostumbra a verlas todo el tiempo y a veces ni las registra, durante un año...*

FABIANA DEL PRA

*Los políticos nos han querido meter la región centro. Y la verdad es que Córdoba tiene particularidades. Desde el punto de vista económico Santa Fe es una provincia gemela a Córdoba. Con sus diferencias porque no deja de ser una provincia del litoral, pero desde el punto de vista político, geográfico y económico Santa Fe es una provincia gemela, con simetrías muy particulares. Desde el punto de vista cultural no tiene nada que ver. El santafesino es más parecido al porteño y no tiene nada que ver con Córdoba.*

LUIS JUEZ

*Córdoba es una gran urbe y polo referencial importante con respecto a la propia provincia y a cierta área de influencia como el noroeste argentino. Se siente ciudad líder pero por otra parte tiene que mirar a Buenos Aires. Por su poder y por ese cierto sentido de inferioridad del cordobés y de orgullo. La topografía de la ciudad tiene una identidad del resto de las ciudades. Por ejemplo, el pozo del centro con las colinas que la circundan. Córdoba tiene proporcionalmente menos edificios altos que otras ciudades, que el resto de las metrópolis argentinas, como el caso de Rosario y Buenos Aires.*

JORGE CUADRADO

*La extensión de esta ciudad es enorme. Como San Pablo, podés estar kms. para recorrerla. Pero son todas casitas, de gente con esperanzas... son inmigrantes circunstanciales. Hay que esperar que la gente de afine en esta ciudad, que deje su punto de vista, traslade su humor, sus ilusiones, su folklore... Y ahí yo creo que va a salir una cosa interesante. Pero por ahora no...*

DANIEL SALZANO

*El paisaje cordobés quién lo puede definir mejor que un pintor como Malanca, o como Fly Buttler, que también era cordobés, o como Campos ahora. Sin decir ninguna definición y aún sin un deseo voluntario de que sea cordobés, espontáneamente a través de sus condiciones artísticas, lo vemos. Lo mismo en la poesía de Lugones, por ejemplo, en los poemas solariegos te va haciendo una descripción donde te vas dando cuenta que aparece la realidad. Como si la expresara libremente. En otro caso muy distinto, aparece La Mona Jiménez. Es parte de esa diversidad, de un lado a Lugones y del otro a la Mona Jiménez.*

ARTURO GARCIA ASTRADA

*No me siento netamente cordobés. Tal vez porque nací en San Francisco y tomé más una identidad santafesina. Me gusta mucho el hablar y el decir cordobés, cuando me descubro el canto cordobés, me pone contento y me hace sentir cordobés.*

JORGE CUADRADO.

## **5) LUGARES REPRESENTATIVOS, HITOS URBANOS**

*Córdoba es la ciudad con el diámetro más grande de Latinoamérica. Casi treinta kilómetros de diámetro, inviable desde el punto de vista de los servicios, cruzar del norte al sur te lleva 40 minutos.*

*En cada uno de los barrios hubo asentamientos, a mitad del siglo pasado estaban enraizados el barrio de los armenios, de los árabes, de los gallegos... hoy ha quedado todo adentro de la ciudad... Alberdi era conocida por su barriada estudiantil, desde que el Clínicas dejó de ser un hospital escuela hoy pasó a ser Nueva Córdoba y ahí vivía la gente más recoleta y hoy viven los estudiantes universitarios. Los vecinos de Nueva Córdoba querían volver a lo que era a principios de siglo, pero hoy viven 120.000 pibes ahí y vos tenés que adaptar la ciudad a los que viven ahí, te guste o no te guste.*

*En el Centro de la ciudad hoy los fines de semana no hay vida nocturna, porque viven matrimonios de extrema edad, porque hoy la movida pasa por los centros comerciales.*

LUIS JUEZ

*Nosotros tenemos barrios con personalidad y otros sin personalidad. San Vicente tiene una personalidad especial. Yo tengo un proyecto para hacer estatuas. Porque aquí vienen a visitarnos y lo único que tenemos son las Iglesias de otra época. ¿Conocés el Parque las Heras? Han hecho más rotondas con escaleras. ¿Por qué no llamamos a las escuelas de dibujo que vengan a pintar y los aficionados también?*

MIGUEL IRIARTE

*Yo creo que Alberdi y tal vez San Vicente, son barrios típicos de Córdoba, los que conservan su identidad.*

*"LAGARTO" GUIZARDI.*

*El parque. La cañada. Y para mí las sierras, que si bien están fuera de la ciudad, son parte de Córdoba. El Parque porque es el pulmón de la ciudad, la cañada por toda su historia. Y las Sierras porque para mí Córdoba es Sierras. Tres lugares que tienen mucho que ver con nuestra Córdoba. La diferencia entre Córdoba con cualquier otra ciudad son la sierra y el río.*

*(...) No hay una carta o un lugar específico del cordobés. Hay museos, eventos deportivos, lugares de comida... depende del perfil de la persona que venga como turista...*

*MARCELO MILANESIO*

*Para mí la Cañada es Córdoba, es el emblema de Córdoba. Toda hecha de empedrado, la verdad es que es lo más representativo. Después podría decir el arco, la influencia muy fuerte de la arquitectura colonial: la Catedral, la Iglesia de la Compañía, que son como muy fuertes. Pero la Cañada es fundamental, inclusive no va derecha, tiene distintas formas y vaivenes... pero no admite copia: siempre es auténtica, siempre es la Cañada.*

*RAFAEL VELAZCO*

*Para mí la peatonal significa mucho, desde que vendía libros ahí... ahí conocí mucha gente, me gusta mucho la peatonal, me gusta mucho la plaza San Martín, Ahora Alta Córdoba se ha puesto como un lugar donde hay muchos bares y mucha cultura dando vueltas. Me gusta la ciudad universitaria, el parque sarmiento, soy un enamorado de toda Córdoba. Pero si me decís donde me quedaría un rato, te diría en Boulevard San Juan y Avda. Vélez Sarsfield. Como que en esa zona empezó mi carrera musical y mi carrera con el humor...*

*FERNANDO PAILOS*

*Creo que los bailes de cuarteto son el paisaje urbano que identifica mejor que ningún otro paisaje la idiosincrasia del cordobés.*

*HEMETERIO FARÍAS*

*Córdoba es muy conocida por sus monumentos tradicionales. En la época de Martí quisieron imponer esas estatuas hediondas, feas, horribles de pésimo gusto: el Hombre Urbano, la Mujer Urbana. No tienen nada que ver con la historia de Córdoba. Córdoba es conocida por el rosedal, el Parque Sarmiento, el Arco de Córdoba, la estatua del Dante, por la estatua del Gral. Paz en la subida del cerro. Por sus plazas, la Colón, la Jerónimo del Barco, por la Plaza de Rivadavia, la Plaza de los Burros. Esa es la historia de Córdoba. La Plaza de la Intendencia, la Plaza San Martín... esos son los monumentos más importantes que tiene esta ciudad. Lo demás son cosas*

*que se quisieron imponer, viste cuando los intendentes quieren pasar a la historia entonces hacen cosas para la posteridad...*

*La gente de acá no presta atención a la Catedral, al Pórtico, al Cabildo... los miran más los turistas que los cordobeses. También tiene que ver con el nivel de vandalismo urbano... pero si vos te ponés a ver las estatuas, el nivel de las obras que tienen, están al nivel de las mejores plazas del mundo... el cordobés no es un tipo que se ponga a examinar todo eso. Lo valora más el turismo. Acá el cordobés utiliza la plaza como un lugar de distracción, acá no ves que estén en la plaza reflexionando...*

*Nosotros hicimos una estatua de Jerónimo Luis de Cabrera leyendo la Voz del Interior, cuando el diario cumplió 100 años. No pretendemos que sea una estatua importante, pero el diario más importante de Córdoba cumplió 100 años, qué menos que lo lea Jerónimo Luis de Cabrera toda la vida.*

*La gente cuando quiere hacer quilombo no va a las plazas, va a Colón y General Paz. Es el lugar de concentración de la protesta, de la gente que se quiere hacer escuchar. Se puso un poco de moda el tema del Shopping porque estaba la Casa Radical, pero Colón y Gral. Paz es el ícono geográfico para cualquier reclamo popular.*

**LUIS JUEZ**

*En cuanto a la restauración de la Basílica (de Santo Domingo), se decidió hacerla porque eran más de 150 años de mantenimiento y había que hacer una reparación seria al edificio.*

**JAVIER CORREA**

*La cañada. Yo te diría sólo eso. Después, la gente que viene de afuera buscará otros lugares. Si te filman de arriba Nueva Córdoba te podés dar cuenta. Para algunos será el Patio Olmos. Pero es La Cañada.*

*El paseo del Buen Pastor fue interesante. Porque podés sacar la cárcel de mujeres y haber hecho un cubo de cemento que no sirve para nada. En cambio, lo que apareció es bueno... hay que esperar un ratito y ver si funcionan las fuentes, porque nosotros hacemos fuentes que después no funcionan...*

**ARMANDO MEROLI**

*Hace 40 años había 10 peñas, otra forma de participación con el folklore. Hoy hay otro lugar de reunión y canto. Ya no es en El teatro Griego, hoy es en el Orfeo o en el Chateau. La difusión es distinta. Inexorablemente hay cambios. Nosotros, en cambio, empezamos cantando **serenatas en San Vicente o Alberdi** y cuando nos quisimos acordar nos conocían en la ciudad, después en la provincia y después en el país.*

**VICTOR HUGO GODOY**

*La Plaza España, Típica. La Plaza de la Intendencia. El Parque Sarmiento. Y la Plaza San Martín. Está bueno conservar reliquias y el Museo de Bellas Artes me parece una maravilla, pero está bueno aggiornarse a los tiempos. No me parece que haya quedado mal el Paseo del Buen Pastor, acompañando lo que hace la gente... y esas aguas danzantes. Sí estoy en contra de los edificios que se están construyendo en Nueva Córdoba. Me parece que en cualquier momento vamos a explotar y las cañerías van a volar... pero bueno, eso sí me parece que es realmente desastroso. Me encanta cómo ha quedado el Museo Ferreira. Me parece que es un espacio de algo que no hay mucho en Córdoba, para que los artistas muestren sus obras y tengan un lugar.*

GABRIELA TESSIO

*La escuela Olmos fue una escuela emblemática en Córdoba, se me pone la piel de gallina de contarla. Hoy no existe y está convertida en un Shopping, fueron muchas las marchas que hicimos en su momento los padres, los vecinos, que nos resistíamos a que esa escuela en donde se formaron muchos escritores y mucha gente importante se transformara en un shopping! Como la Escuela Rivadavia de San Vicente. Donde muchos luchamos, donde se formaron tantos artistas, entre ellos Miguel Iriarte, entre ellos grandes pintores y grandes músicos. En el corazón de San Vicente, frente a la Maternidad. Una escuela que permitía cobijar no sólo a los grandes sabedores sino a los chicos de la Villa de la Maternidad. La escuela de la villa, la escuela del barrio. Iban los chicos del Barrio Junior a esa escuela. Por suerte la tenemos.*

*Esas cosas intentaron cambiar. Algunas pudieron y otras no.*

*Hoy la Biblioteca del Banco de Córdoba, que es patrimonio del pueblo de Córdoba, la han entregado a la Bolsa de Comercio de Córdoba. Uds. van a ver la fachada que la estamos pagando todos nosotros para un sector de la ciudad. Una biblioteca que hoy podría ser visitada por estudiantes de barrios marginales, estudiantes universitarios... por conjuntos de turistas que visitan la ciudad.*

*Trabajé con el Centro de Estudiantes de la Facultad de Arquitectura de la UNC y muchísimos arquitectos independientes y organizados en un proyecto para tratar de defender lo que fue el Buen Pastor. Y vamos a terminar teniendo un nuevo shopping, un centro comercial caro. Hay que generar conciencia para defender el patrimonio de la ciudad.*

LILIANA OLIVERO

*Con las ruinas jesuíticas se dijo: "esto lo conservemos, esto nos sirve para la actualidad, con esto podemos hacer turísticamente algo muy importante".*

MARIO PEREYRA

*Más que lugares me gustan los tiempos de Córdoba. A muy pocos minutos de aquí tenemos lugares para pasear, para andar en modo, para desenchufarse. A la identidad de Córdoba puedo pensar más que en lugares con estaciones. Y de todas para mí la mejor es el Otoño.*

CACHO BUENAVENTURA

## **6) COSMOPOLITISMO – INMIGRACIÓN**

*Hacia fines de 1914, el 20% de los habitantes de Córdoba era extranjero. Ha influido y ha aportado mucho, dándole de alguna manera cierto cosmopolitismo. Digamos que por eso, decía, que la identidad cordobesa es fuertemente contradictoria. Por un lado es localista y por otro cosmopolita. Uno puede observar que en Córdoba conviven comunidades que siguen conservando ciertos rasgos de su cultura, pero a su vez esos rasgos aportan a la identidad cordobesa. Uno puede verlo en las Iglesias: existen la iglesia armenia, musulmana, israelita, protestantes. Todo esto le ha dado cierto grado de cosmopolitismo y lógicamente le han costado mucho a esa identidad de Córdoba. Insisto en el proceso dialéctico, ahora ya no entre individuos, sino entre comunidad y la sociedad que las recibió. Indudablemente aquellos que descienden de inmigrantes, que son muchos, han adquirido la identidad cordobesa, la forma de hablar, su pensar la sociedad de una manera determinada, como los cordobeses que habían nacido acá. Hay una especie de adaptación, al mismo tiempo que tiene ciertos y determinados rasgos que no la hacen pura a la identidad. De esa manera encontramos a un gringo, rubio, que no se parece a un criollo y que habla en un lunfardo cordobés, de manera que nos encontramos que hay aporte de los dos. El cosmopolitismo que le da uno y otro desde pensar su sociedad desde lo cordobés, le da cierta característica a la identidad cordobesa que incluso es distinta a la de Buenos Aires. En Buenos Aires me parece que no se da ese proceso tan dialéctico entre lo local y lo cosmopolita que puede llegar a representar al inmigrante.*

ADRIÁN CARBONETTI

*Hay mucha gente que elige a Córdoba como lugar para trabajar, para afianzarse o para estudiar. Porque Córdoba es distinta y frente al resto de las ciudades del interior del país se destaca.*

FABIANA DAL PRA

Si nos comparan con Rosario nos embolamos. Y ahora Rosario nos sacó una ventaja bárbara. No se da en otro lugar, el santiagueño le encanta su historia. Al jujeño le encanta su idiosincracia, y no le gusta la comparación con el boliviano. Los Mendocinos, los sanjuaninos, los puntanos, les embola que los comparen con los chilenos. Y el cordobés es un poco de todo. Ha sido un poco crisol de todas las provincias. Hay estudiantes de distintas provincias. Y el gen cordobés ha ido mutando, manteniendo las características centrales pero ha ido mutando. Fijate que Córdoba debe

ser la ciudad más cosmopolita del país, aquí conviven 120.000 estudiantes, salteños, tucumanos, que se odian en sus lugares de origen y en Córdoba conviven, y las peñas entre salteños y tucumanos son fantásticas. El puntano se odia con el mendocino pero en Córdoba hacen causa común... Córdoba permite todas esas características y a la vez se alimenta de eso también.

LUIS JUEZ

*Así como se utilizó siempre la cañada para sintetizar la ciudad de Córdoba, yo creo que muchos cordobeses tenemos internalizada la manzana jesuítica. La presentación en esto de los medios de comunicación fue muy importante. Para difundir esto, me refiero. Y creo que les permitió asomarse a los cordobeses a una reliquia que teníamos en el corazón del centro de la ciudad y que la mayoría de gente no le veía el sentido. Después de la declaración de la noticia y del patrimonio de la Humanidad, ha hecho que tomemos conciencia... con un valor no solamente histórico sino cultural. Córdoba ha tenido esta manzana jesuítica como un rasgo de lo que ha sido culturalmente Córdoba.*

*Hoy no sé si la manzana es visitada por todos los cordobeses. Saben que está. Turistas de otros lugares mueren por ingresar la manzana jesuítica, por conocer a la Biblioteca Mayor. Se desvelan por conocer secretos de sectores de la ciudad, de la Iglesia de Compañía de Jesús, parte de la leyenda de Córdoba, de la historia.*

*Muchos cordobeses (me incluyo) recién aprendimos a darle valor a esta manzana jesuítica, después de esta declaración.*

JULIO KLOPENBURG

*No se han hecho muchas acciones para que Córdoba fuera el Corazón de la Cultura. No sé si están al nivel de haber sido declarada Capital Cultural de América. De todas maneras creo que con todo el patrimonio cultural que tiene Córdoba no creo que haga falta que se desarrollen acciones como ferias del libro, muestras y festivales. Creo que con la tarea que cotidianamente todos los cordobeses en forma silenciosa hacen teatro, hacen sus propuestas artísticas. Eso es lo que nos hace una ciudad cultural.*

JULIO KLOPENBURG

## **7) BUENOS AIRES COMO VARA DE COMPARACIÓN.**

*El porteño cree que lo sobra al cordobés y el cordobés lo está sobrando permanentemente. El cordobés necesita hacerle creer al porteño que el tipo es más pícaro. Y te lo digo porque estoy casado con una porteña hace 16 años. Le tengo que hacer que ella es más pícaro porque nació en el puerto.*

LUIS JUEZ

*Recuerdo que en un Congreso que asistí en Colombia trataba de explicar dónde quedaba Córdoba y dije “a 700 km. de Buenos Aires”, pero enseguida me rectifiqué y dije: “en realidad Buenos Aires queda a 700 kms. de Córdoba”. Un localismo muy fuerte.*

*ADRIÁN CARBONETTI*

*El porteño por su situación geográfica frente al mar, ha mirado mucho al europeo, eso ha permitido que se incorporaran ideas distintas, que también enriquecieron la identidad. Pero corre el riesgo de alienarse con eso. El cordobés, en cambio, es un hombre más arraigado a la terra, más ensimismado, yo diría.*

*ARTURO GARCIA ASTRADA*

*Antes nos conformábamos con mirar los noticieros de Buenos Aires. Ahora, en los noticieros de Córdoba, el cordobés sabe que puede verse reflejado, sin tanto espectáculo por las noticias...*

*JULIO KLOPENBURG*

*Cuando estoy en una mesa con porteños que hablan rápido y a los gritos, y ni piensan. Nosotros nos tomamos más tiempo para pensar.*

*JORGE CUADRADO:*

*Me gusta ir a cualquier lugar y decir que soy cordobés, de Cruz del Eje... y además argentino.*

*Soy empecinadamente cordobés. En Buenos Aires la gente disfruta que alguien tenga tanto orgullo de ser de donde es. Y otra es la envidia de otros lugares a cómo los quieren a los artistas. Los pueden criticar, pero que no lo critique alguien que no es de Córdoba. He escuchado a alguien de Talleres defender a Belgrano o Instituto en otro lado.*

*Por ahí los porteños no están acostumbrados a escuchar a alguien hablar con gracia. Entonces cuando hablan dicen “Fulano de Tal... pum... el sexo” “Fulano de tal... pum... la guarangada”. Son los disparadores del humor las palabras fuertes.*

*Entonces cuando voy yo con esta cara de pedir soda que tengo yo hablando, tal vez cuesta. Yo tengo la particularidad de tomar la forma de de alguien que es hinchado de Belgrano. Cómo camina un negro borracho de vino “negro”, ni siquiera tinto, y cómo camina un señor que se emborrachó con una botella de extrabrut. Van presos los dos por igual, pero si los ponés al lado, no caminan igual, son distintos.*

*CACHO BUENAVENTURA*

*A mí me conmueve y moviliza más el paisaje de la cantidad de gente marginada que el paisaje de la basura. Mientras sigamos con el tema de los baches y la basura... tendríamos que pensar en la gente con extrema pobreza en Córdoba. Está bien, le damos la casa. Pero, ¿cuántos de esos*

*chicos van a estudiar? Después, hasta tienen el derecho después de buscar otras salidas como robar.*

*En Capital puede haber una cultura más importante que en el resto del país, pero también tiene que ver con el centralismo económico. Buenos Aires tiene los canales de TV. Genera agenda, pensamiento, qué se va a votar, conductas.*

**TOMAS MENDEZ**

*Cuando me tocó ir a otros lugares me encontré muy fuerte con esa característica que nos pasa en lo empresarial, en lo político, en lo deportivo, que siempre estamos despotricando contra la cuestión centralista de Buenos Aires, en el arte. La defensa de la autogestión y el orgullo de lo nuestro. Llevar sus raíces, su humor, con mucho orgullo. Y con el humor también hay optimismo, porque en la medida que se puede desdramatizar una situación*

*Si estamos en Buenos Aires nos relacionamos de una manera. Si vamos al norte, los ritmos de vida más tranquilos del norte nos hacen bajar un cambio muchas veces, como le ocurre a los porteños cuando vienen a Córdoba. Si nos vamos al sur nos encontramos con cantidad de cordobeses que hace mucho que se fueron, entonces hay un viso de nostalgia. Y nosotros somos bastante elásticos y no somos de decir “somos así” y nunca lo cambiamos, nos adaptamos y nos relacionamos. Creo que el humor es una buena herramienta para relacionarnos.*

*En Buenos Aires uno se siente más cordobés que nunca. Uno se rebela contra ese desarraigo de la gente del interior, que a los 15 días es más porteño que los porteños. El cordobés, en cambio, por mecanismo de defensa o no sé, se vuelve más cordobés en Buenos Aires.*

*Una de las cosas que me parecieron positivas y negativas, en la Tele En Buenos Aires fue la división del trabajo. Que el iluminador hace luces, el sonidista es el encargado de sonido, el encargado de alcanzarle el cable al sonidista es el encargado... y acá en Córdoba, y el cordobés raso, uno es payaso y si se tiene que colgar a hacer luces, subirse a arreglar algo de sonido y meter mano en la computadora y ponerse a editar algo... en Buenos Aires están muy divididas las actividades del oficio. Y aquí en Córdoba hacemos todos todo. Y si no las cosas no se hacen. Si el artista se pone en estrella y dice “hasta que no me maquillen no lo hago”... y pasarán siglos y no haremos nunca nada. Me pasó en Buenos Aires, cuando llegaba a Canal 13, estaba la chica de maquillaje. Y yo siempre me maquillé solo, nunca pude delegar eso. Entonces la chica como tenía que cumplir su horario venía, estaba sentada al lado mío, pero el que me maquillaba era yo solo. Y una sola vez intentamos que ella me maquille y salió mal... Muchas veces me pasaba “hay que hacer algo”. Bueno, “esperá que venga Gutiérrez que es el encargado...” ¿Y Gutiérrez dónde está? Ah! “Llega a tal hora.” Y uno acá en Córdoba, se arremanga, lo hace y yo me siento más cómodo trabajando así. No digo que lo otro esté mal. Me costó adaptarme.*

**PIÑÓN FIJO**

*A mí me parece que otros lugares de Argentina tienen identidad mucho más fuerte, una identidad cultural como Salta o Buenos Aires, ciudades con fuertísima personalidad, con un rasgo cultural muy propio.. Se ve en su gente. No percibo un rasgo fuerte en nuestro caso. Yo diría que **Córdoba tiene una identidad cultural más difusa**, a veces me da la impresión que más pobre. Me da la sensación que somos una sociedad que no ha construido, que no ha encontrado un rasgo capaz de identificarla claramente, amén de la tonada o geográficos como pueden ser las sierras.*

CLAUDIO FANTINI

*Aquí en Córdoba nos falta lo que le sobra a Buenos Aires, que es la fuerza de las empresas grandes, de las multinacionales, de lo que te hace posible hacer un programa en televisión. La gente que trabaja en medios de Córdoba es muy creativa, pero falta el apoyo, las pautas comerciales que se inclinan mucho por Buenos Aires.*

ANA MARIA ALFARO

*Una cierta frustración en algunos aspectos. Una ciudad que nunca pudo pasar del subdesarrollo al desarrollo. Que vive con orgullo ser la capital del otro país, el del interior. Pero a la vez vive con cierta envidia lo que expresa Buenos Aires y lo que nos gustaría ser. Por otro lado, esa informalidad para tomar la vida. El cordobés es una mezcla de ambos.*

FERNANDO MICA

*Este país, más que nunca, es unitario. Como no lo fue nunca, ni por la prédica, ni por el discurso ni la ideología de los más grandes exponentes del siglo XIX, cuando se debatía si este era un país unitario, federal, monárquico. Porque también tuvo una vocación monárquica aunque no se consumó. Este país es Unitario. Depende del gobierno central de Buenos Aires tiene el 40% del electorado nacional, tiene el predominio de la riqueza y tiene la concentración del poder. Las provincias, incluida Córdoba, no tienen ninguna influencia para cambiar el estado de cosas. Dependen del presupuesto nacional. Si se le cierran recursos que la Nación no le distribuye, Córdoba no podría llevar adelante un mínimo programa social y mucho menos de desarrollo. En el siglo XIX había 2 proyectos enfrentados: el de los caudillos provinciales y el de la concentración en el poder central. Que pelearon con las armas casi un siglo. Hasta que se impuso un modelo de país en base a una constitución inspirada en un proyecto extranjero aunque el país siguió siendo unitario. No tan unitario como lo es ahora. En el que definitivamente las posibilidades de influencia y definición con autonomía es imposible. Está todo en manos del poder central.*

CARLOS HAIRABEDIAN

*Cada vez se ve segmentada la sociedad por gente que no puede acceder a la educación. Hay más segmentación de gente, como en todos lados. Pero a pesar de eso somos una ciudad más homogénea que, por ejemplo, Buenos Aires. En Buenos Aires todo es más grande y todo tiene*

*una dimensión mayor. Además potenciada o sobredimensionada por los medios de comunicación centralistas de Buenos Aires.*

*FERNANDO MICA*

*Uno siempre tomaba como signo de ignorancia en particular que los norteamericanos solían decir que Buenos Aires es la Capital de Brasil. Una de las extrañas características de la Argentina es que Buenos Aires tiene una identidad más perceptible y fuerte en el mundo que la Argentina como país, entonces tiene lógica que de otros rincones del planeta, esa ciudad que se percibe tan claramente por su identidad sea Capital del país que más claramente se percibe en el mundo por la claridad y contundencia en sus rasgos culturales, que es Brasil en América Latina.*

*CLAUDIO FANTINI*

*No tengo dudas: Bahía Blanca es la Capital del Básquet. Por cantidad de torneos ganados antes, por cantidad de jugadores, cantidad de técnicos, por la pasión que vive Bahía Blanca por el básquet, por el amor al deporte. Bahía Blanca hoy está cambiando, pero B. B. en la época en que se la nombró Capital, en que nosotros íbamos a jugar, el único deporte que existía era el básquetbol. Aquí el básquet se habla poco. Allí se hablaba únicamente del básquetbol, tienen cualquier cantidad de equipos por la ciudad que es... Después Córdoba dominó en un gran tiempo el básquetbol argentino, pero para mí la capital son ellos.*

*MARCELO MILANESIO*

*No tengo experiencias como para poner etiquetas... caemos en la generalidad argentina. Tal vez los cordobeses tenemos menos histeria, los porteños en cuestiones financieras, pasan un estado de nerviosismo y de caos por cualquier movimiento financiera. También el periodismo de Córdoba es menos escandaloso que el de Buenos Aires.*

*ARMANDO MEROLI*

## **8) CIUDAD E INTERIOR**

*Córdoba del interior mantiene con Córdoba una relación en respecto al centralismo y a la falta de federalismo, muy similar a la que mantiene Córdoba, nuestra capital, con Buenos Aires.*

*FABIANA DAL PRA*

*La ciudad y la provincia son diferentes. La provincia tiene resistencia al cambio, sobre todo en relación a un momento de bonanza del campo... y quien tiene beneficios millonarios no quiere que nada de ese orden cambie, aunque se trate de un orden injusto o que margine a mucha gente. Hay muchos cordobeses. Un sur y un este muy desarrollados, un norte y oeste muy marginados.*

*Algunos miran a Santa Fe, otros miran a la Capital Federal, algunos se miran a sí mismos, como los de Río Cuarto, y se sienten el "imperio", como si fuera una provincia dentro de una provincia.*

CARLOS HAIRABEDIAN

*En San Francisco están pegaditos a Santa Fe. Los jóvenes van a los mismos boliches, miran las mismas cosas, hablan con la misma tonada. Ahora escuchan un poco más las radios cordobesas. Pero si no, las radios de Rosario entran más fuerte en la pampa gringa que las de Córdoba. La gente de Pozo del Molle o Corral de Bustos, una disparadita a Rosario, a atenderse en un hospital, los jóvenes a estudiar, que venirse a Córdoba. No se puede marcar una división, son mapas humanos. Nuestra tonada de Traslasierra es parecida a San Luis. Los que vivimos cerquita de Merlo, de Concarán, de Santa Rosa. Y ahí cerquita La Rioja. Los nombres de las comidas, de la fauna... nos diferencia el entorno, el paisaje.*

*Córdoba tiene rasgos diversos ya que confluyen desde siempre estudiantes de Bolivia, de Chile. Hasta de África. Que concurren por la Universidad. Y Córdoba siempre fue importante por eso. También se nos dice que no tenemos un ritmo musical propio. Pero es muy antojadizo también eso de dividir las regiones. Porque la música trasciende. La chacarera de Traslasierra ni siquiera tenía medida, porque se bailaba. La medida se la ponen después las discográficas, cuando necesitan vender sus discos, para que las compren las academias que había en todo el país. Y esa medida que se le puso a la chacarera, que tenía que tener tantas estrofas, y un estribillo que se repite dos veces, se le encargó a ciertos maestros del folklore para poder comercializarlo. Un género popular musical no tiene medida, porque la gente lo bailaba. Tanto es así que decía "se acaba" para avisar, precisamente, porque no tenía medida. Por cuestiones marketíneas y por el aislamiento que tuvo Santiago del Estero, preservó las danzas que nosotros también hemos tenido siempre. En la puna o en la zona Cerro Colorado... todo el noroeste tenía sus géneros musicales que le daban cierta identidad. Por eso es antojadizo dejarle a una provincia un tipo de música.*

JOSE LUIS SERRANO

*En los pueblos se vive de manera mucho más tranquila todavía. Nosotros en Capital, tiene algunos rasgos muy similares a la gran metrópoli, a Buenos Aires. Estamos viviendo todo más acelerados... Aquí han desembarcado muchas empresas privadas que hacen hincapié en la eficiencia del personal. Imaginamos que tendrán al personal corriendo para hacer sus tareas... se tiene que producir de manera más acelerada, así el sector comercial...*

JULIO KLOPEMBURG

*El interior del interior de Córdoba también hay matices, no es lo mismo venir de Dean Funes que de Río Cuarto. El cordobés del noroeste y el de la pampa húmeda. Incide el paisaje, incide la prosperidad o no prosperidad. Atahualpa decía que el hombre de la llanura habla fuerte y a los gritos porque no le tiene miedo a nada. El que vive en la montaña susurra, porque la imponencia*

*de la montaña y el eco y el temor a molestar algo que esté más allá lo ha hecho más sumiso y más silencioso.*

*La gente del norte es sumisa y a veces uno llega a la ciudad de Córdoba como un cordobés cuando llega a Buenos Aires. Yo durante mi infancia fantaseé muchas veces con venir a Córdoba y nunca vine. Cuando llegué a trabajar acá era Nueva York para mí. Cuando uno es sapo de otro pozo aquí en Córdoba sufre mucho el humor del cordobés capitalino que es muy ácido. Y el cordobés cuando entiende algo lo traduce al humor y cuando no entiende algo también lo traduce al humor. El cordobés como todo habitante de una ciudad grande es más extrovertido, más seguro de sí mismo, mientras está en su lugar, obviamente. Quizás el desembarco es difícil, pero cuando te adoptan...* **PIÑÓN FIJO**

*El cordobés, como el porteño, tiene fama de creído y demás. Y en ese sentido la influencia de gente de otras provincias o del interior de la propia provincia de Córdoba ayuda. Y los jóvenes son muy abiertos a la diferencia. Hay un determinado grupo en la sociedad cordobesa muy conservador y muy cerrado, que no deja entrar a cualquiera, ¿no? Se entra por apellido o por determinadas cualidades y nada más. Pero los jóvenes son más abiertos...*

**RAFAEL VELAZCO**

*Creo que hay un área cultural de la ciudad de Córdoba que influye en Villa Carlos Paz, Río Tercero, Gran Córdoba, Valle de Punilla y otras... La de San Francisco es más parecida a Santa Fé por la influencia de las radios que llegan de Buenos Aires. Marcos Juárez está influenciada por Rosario. Y Río Cuarto es como Córdoba con respecto al resto de la Provincia: el ríocuartense tiene una identidad propia y se percibe una diferencia con el cordobés de Capital.*

**LUIS JUEZ**

## **9) UNIVERSIDAD – INTELLECTUALES – CULTURA – LA DOCTA**

*También aquel mote de La Docta sigue funcionando. Yo estuve en Río de Janeiro y una persona al enterarse que yo era de Córdoba me dice: “soy de Minas Gerais. Nosotros somos la inteligencia de Brasil y Uds. la de Argentina”.*

**FERNANDO MICA**

*Por ejemplo, en el campo de la cultura y el campo intelectual, cada cordobés que piensa es un poco como una isla. Hay en riesgo de que el conjunto no sea un conjunto homogéneo sino un archipiélago, una serie de islas... los porteños, por ejemplo, en el campo intelectual, dan participación a todos: Borges a Victoria Ocampo, Ocampo a Mallea, Mallea a Borges... hay un*

*círculo que protagoniza. En Córdoba no se ha dado eso. Ha habido grandes figuras que han sido aisladas, como islas.*

ARTURO GARCIA ASTRADA

*Es una sociedad con mucha intelectualidad, con nivel universitario y que tiene condiciones para ser una ciudad líder del interior del país, por lo tanto lo que involucra al consumo está relacionado y hay más compromiso.*

MARÍA ROSA COOPER

*En mi generación había una cantidad grande de personalidades. Había pasión por enseñar, evoco a mis maestros con los que tengo una deuda terrible. Había placer por la transmisión de conocimientos. La docencia implica un ejercicio de poder bien entendido. Todos estamos signados por el paso por la Universidad. El paso más trascendente es el juramento hipocrático, que habla del discípulo frente al maestro. Ahora los discípulos no están en condiciones y los maestros no abundan... Y no pasa por el pago. Antes también se pagaba poco. Siempre se pagó poco. Pero había vocación de enseñar. Los alumnos advierten la falta de vocación y los que enseñan perciben que a los alumnos no les interesa. Y es parte del deterioro de Córdoba.*

AMÉRICO TATIAN

*Me enorgullece mucho la cultura que tenemos. Cuando uno anda por las calles... el otro día fuimos a Rosario a trabajar y veía mucho la diferencia con los monumentos antiguos que tiene Córdoba, la ciudad vieja, una cultura que viene desde hace mucho tiempo, como la Universidad. Me enorgullece mucho la Universidad, los profesionales de aquí que están por todo el país. Gente de otras provincias que me dice "yo estudié en Córdoba". Algo que noté mucho, cuando voy a otras provincias y me dicen "tenés que cambiar el vocabulario porque no te van a entender" pero nunca tengo que cambiar nada porque la gente de una u otra manera siempre ha pasado por Córdoba. Me enorgullece el turismo que tiene Córdoba*

FLACO PAILOS

*Me duele mucho la pérdida de prestigio de la Universidad Nacional. Porque de acá han salido grandes médicos, personalidades, de abogacía, de arquitectura. En 1170 entró a la Academia Francesa un escritor cordobés y no entró nunca más un escritor extranjero hasta 1978. Ahora no sé si salen pero no se si tiene la culpa la Universidad, sí la educación. Y deberíamos enseñar a nuestros chicos la ética y la moral desde los 5 años.*

MIGUEL IRIARTE

*Creo que las reformas universitarias y un movimiento con el Cordobazo, que después tuvo tantas repercusiones a nivel nacional, surgido de grandes personalidades de Córdoba, tienen que ver con*

*la otra Córdoba, la Docta, la inteligente, la intelectual, la estudiantil. La que sigue identificándose como la gran ciudad universitaria del país.*

*FABIANA DAL PRA*

*Aquel apodo de la Docta que muchos dicen haber perdido. Yo creo que alguien por algo lo puso. Yo creo que la Universidad tiene un importante papel o rol que es el que existió siempre. Y aunque ahora existan cantidad de ofertas educativas, incluso en otras provincias, hace que la formación del cordobés sea una formación para tener en cuenta. En cuanto a la UNC, creo que sí, que indudablemente sigue teniendo una participación importante en la vida comunitaria. Y la actual política que se lleva adelante lleva a que la Universidad siga llevando ese papel. Aún cuando hay nuevas ofertas educativas que parecen estar más bien para un determinado sector económico de la sociedad, nuevas Universidades rentadas, la Universidad Pública esté encarnada en la UNC, hace que la mayor parte de los cordobeses tengan la posibilidad de estudiar y hace que tenga una fuerte presencia en la sociedad cordobeses.*

*JULIO KLOOPENBERG*

*Córdoba es muy especial. Tiene la influencia del Norte, el Sur, el Este y el Oeste a través de la gente que llega. Por ser La Docta y recibir gente de distintas regiones, hace que las tonadas sean distintas. Es muy cosmopolita. Desde que la fundara Jerónimo Luis es un campanario maravilloso de tonalidades*

*Nosotros empezamos cantando serenatas en San Vicente y Alberdi y cuando nos quisimos acordar nos conocían en la ciudad, en la provincia o en el país.*

*Córdoba es “serenatera”, receptora de distintos tonos de canto.*

*VICTOR HUGO GODOY*

*La Córdoba docta es un rasgo de identidad relacionado al Derecho. La reforma del 18 dentro de la universidad, hoy no guarda demasiados rasgos o es sólo una referencia histórica.*

*La Justicia de Córdoba tiene ciertos visos de autonomía, una prosapia que los jueces se obligan a respetar. Por un lado el mandato filosófico de independencia. .. Están presionados por agentes ajenos a la justicia que puede ser la opinión pública, de los gobiernos como en casi todos lados, pero sí creo que en Córdoba la característica de una prosapia jurídica que no tienen otros ámbitos del país. Creo que esa Córdoba que marcó Sarmiento de claustros y barrancas sigue siendo un elemento identitario muy fuerte.*

*La intelectualidad cambió no sólo en Córdoba, antes la intelectualidad participaba ampliamente de los procesos de toma de decisiones, de la política, lo económico. Hoy la política es de los políticos no de los intelectuales.*

*Entre la identidad fue la Iglesia que marcó la diferencia en el siglo XIX tuvo una importancia Capital. Hoy influye mucho menos, pero en el Siglo XIX fue llamada la Roma Argentina. Cuando*

*el liberalismo de S.E. y Alberdi rompe la hegemonía de la Iglesia, ésta se repliega pero Córdoba sigue siendo un punto fuerte. En Buenos Aires pierde mucho más poder que aquí.*

JORGE CUADRADO

*La Docta no es porque los cordobeses son los que más estudian. También es porque Córdoba atrae a gente de otras provincias: riojanos, catamarqueños, santiagueños, o Salta o Jujuy, más allá de la gran oferta Universitaria que hoy existe en la Argentina, Córdoba sigue siendo un gran centro de concentración universitaria.*

*La influencia de Córdoba en la vida de la gente ha sido modélica, moldea a la gente que viene a estudiar... pero no deja de ser transitoria (la gente se vuelve a su terruño, aunque a veces se resista). La gente de afuera, en cambio, no influye en el cordobés. En la época de la Reforma, con gran concentración de estudiantes, el barrio Clínicas (desde la Cañada a la cancha de Belgrano) dejaba un sello indeleble en sus habitantes. No sé si la actual lo hace. Pero es una ciudad tolerante, al menos mucho más tolerante que la Córdoba de la lucha por la educación laica o religiosa en las Universidades.*

*Antes la Universidad era gravitante en la época. Hoy hay un gran cambio que no se traduce en convertir al abogado en un sujeto de cambio.*

*El estudiante de derecho de hoy no difiere mucho del estudiante de derecho de mi época. Están ligados a insertarse en la vida profesional, sin compromiso social, como el que sí existía a fines de la década del '60, principios de los '70. Ese espíritu de aquel entonces no ha vuelto a surgir. Es una gran fábrica de profesionales. Hay que ver si no hay en abundancia. En Córdoba hay 10.000 abogados. Es una corporación numerosa. Pero no hay en las facultades de derecho una actividad mucho más propicia, mucho más enérgica para revisar las normas. Entonces la Universidad cumpliría un rol de modificar el orden social, que debe ir acompañado de la norma jurídica. Estamos aplicando el Código Penal del año 20, el Código Civil del siglo XIX.*

*Esta sociedad premia y estimula el éxito individual y la mejora de las condiciones económicas. El abogado no escapa a eso.*

*Córdoba fue la primera provincia en la Argentina que en la década del '40 incluyó la oralidad. Fue precursor de modernos sistemas de procedimientos y enjuiciamientos. Entonces los abogados tienen una ventaja respecto de otros abogados a los que la oralidad les llegó tardíamente.*

CARLOS HAIRABEDIAN

*El orgullo de la Universidad los cordobeses lo hemos cabalgado mucho y le hemos sacado más el jugo de lo que realmente se merece.*

LUIS JUEZ

*Para los jóvenes la identidad es la noche, la joda. Uno se desilusiona de la Universidad porque cuando sale ve que el mundo es otro. Y la Universidad no te prepara. Es muy difícil cuando te*

*chocás con la realidad, el cambio de estar en la sociedad es muy grande. Buscan otro camino como la droga. Tengo mucha gente que quiero y admiro y me gustaría que no. Eso también beneficia a algunos. Hoy no hay ideales.*

*En los 60, los intelectuales se juntaban para que otros intelectuales no se fueran del país.*

*El miedo de la sociedad argentina a la denuncia es terrible, el miedo que coarta la acción y el individualismo. Y hoy no se ve a Córdoba como generadora de intelectuales porque la Universidad no tiene el lugar que tenía.*

**TOMAS MENDEZ**

*En el caso de la Universidad, la actitud académica, de investigación ante la sociedad. Al ver esas acciones uno puede decir aquí hay una identidad, un centro que tiene una decisión coherente, una visión de la realidad, un modo de operar en la realidad que marca una identidad original, que hace interesante. También tiene que ver con la autenticidad, con mostrar quién es, es una identidad que aporta a un conjunto. Córdoba tiene 10 instituciones universitarias y cada una tiene su propia identidad. Por lo tanto es interesante que cada una, cuanto más, auténtica sea, aporta más al conjunto.*

*La Universidad es un centro no sólo de transmisión del conocimiento sino de producción del conocimiento. Búsqueda de la verdad, eso le da como un talante capaz de crear conocimiento. Creo que enriquece a Córdoba tener universidades. No solo dándole un perfil más joven a la ciudad, creo que un 10% de la población de la ciudad es universitaria, que es muy grande, hay mucha gente de afuera. Le da un perfil más juvenil de ciudad, lugar donde circulan las ideas. Pero a la vez es una ciudad chica y se sabe todo. Tiene más de un millón y medio de habitantes pero es una gran aldea. Puede parecer un lugar común pero es verdad. Pasás por el centro, escuchás un noticiero de televisión y leés la Voz u otro diario y ya está, ya sabés qué pasa en Córdoba.*

*Córdoba tiene una vida cultural también, más allá de la Universidad. Pero creo que la Universidad le da una impronta más culta en general. Y las Universidades están llamadas a aportar al contexto, poder reflexionar sobre la vida de Córdoba, sobre planes de vivienda que son pensadas en un escritorio y no dan respuesta a la gente. La Universidad puede pensar desde la Academia instancias que den soluciones. O el acceso al derecho, la Universidad puede generar instancias para que a aquellos que no tienen acceso a la posibilidad de un asesoramiento, les llegue. Puede a través de la investigación de las ciencias básicas ocuparse de la contaminación del agua, los mecanismos de cloacas. Los temas propios de la ciudad que la Universidad debe retomar como parte de su aporte. La Universidad Católica, nosotros tenemos un servicio de asesoría gratuito, para la gente de aquí del barrio, Villa Libertador y demás, con docentes y alumnos que siguen no solo las cuestiones legales sino un servicio integral, en interacción con otras organizaciones. Y desde la Academia se está generando un servicio que implica un ida y vuelta porque son casos de estudio para nuestros alumnos.*

*En la Facultad de Arquitectura tenemos una cátedra que se llama Servicio Socio Habitacional, que es esto: la solución de problemas arquitectónicos sobre casos reales. Se trabaja en el norte de la ciudad, la gente está construyendo un sistema habitacional, ha conseguido financiamiento externo, y la cátedra brinda asesoramiento técnico. Hay un instituto de asistencia a la comunidad que hace un servicio semejante en Córdoba. La Facultad de Medicina tiene un centro asistencial de atención primaria, que dan servicios de asistencia a la gente sin recursos. Hay una investigación sobre la calidad de la lana de los productores de la cuenca de producción de ovejas que hay en Córdoba. Hemos hecho con la gente una propuesta para mejorar la calidad y poder comercializar mejor la lana.*

*Hemos creado una raza bovina que ha creado nuestra Facultad de Ciencias Agropecuarias, que tiene una particularidad, una mezcla de una raza africana con dos razas de aquí, que pueden producir buena carne y pastar en campos con poca fertilidad. El día de mañana cuando se acabe el boom de la soja este tipo de animales nos va a ser sumamente provechoso.*

*Pbro. RAFAEL VELAZCO*

*El teatro que ha sido valuarte, el Teatro Libertador General San Martín, o distintos grupos teatrales como la Papa de Hortensia, con Horacio López y mucha gente que participó en La Papa de Hortensia, hoy participan del teatro independiente. Y como no tienen plata, y como fueron echados en la época de la dictadura del empleo público, no tienen jubilación. Y como muchos de ellos no tienen plata ni jubilación, duermen debajo de las plazas, en el Cabildo, entonces, eso siempre está ligado a lo económico. Y no tienen prensa pero hay que apoyar estos escritores, estos artistas que están marginados del resto de los trabajadores de la cultura.*

*LILIANA OLIVERO*

*Ha sido una sociedad fuertemente clerical, marcada por la Universidad también con carreras pautadas por la protección de la Iglesia. Y si uno mira los edificios, es la ciudad con más Iglesias en la Argentina, cosa que no encuentra en Rosario, por ejemplo. Esto es justamente de su etapa colonial. Esto de la Iglesia ha marcado una impronta religiosa muy fuerte, una impronta católica que ha formado una sociedad muy cerrada. Al imponerse tanto generó precisamente estas rebeliones. La Reforma Universitaria con los estudiantes y los obreros con el Cordobazo, que terminó con la caída de un presidente. Las contradicciones se pueden ver también en el ámbito social, hay un viejo dicho cordobés que decía que en Córdoba, en cada esquina, había una puta y una Iglesia. Y eso marca también una contradicción muy fuerte. Por un lado la Iglesia, símbolo del conservadurismo y por otro la prostituta que es el símbolo de las transgresión de las normas morales. Choca mucho y me parece que ese "dicho" justamente está marcando la identidad de Córdoba. Por un lado fuertemente conservadora y por otro fuertemente transgresora.*

*ADRIÁN CARBONETTI*

## 10) EL HUMOR

*La primera característica del cordobés es el humor. Si no tenés sentido del humor no sos cordobés, el cordobés también es espontáneo, que no es lo mismo que tener sentido de humor.*

LUIS JUEZ

*El Negro Álvarez es el humor típico de la Capital. Otro es Cacho Buenaventura que es el humor del interior más que de la ciudad. El Humor de la Revista Hortensia le da característica de identidad. Había otros humoristas pero la que termina de exportar el humor cordobés es el de la Revista Hortensia y el Negro Álvarez es el que interpreta la esencia de la Revista Hortensia y el humor cordobés. El humorismo gráfico ha ido perdiendo influencia. La radio y la TV han generado la transmisión oral.*

JORGE CUADRADO

*Hubo un tiempo en que la Revista Hortensia se hacía en Córdoba y la leía el país. Si bien hay humoristas de todas las provincias, el estereotipo del humor es Córdoba. Yo no creo que sume ni quite nada. Tal vez por esa capacidad de los cordobeses de reírnos de nosotros mismos. Un psicólogo o sociólogo dirá que nosotros queremos evadirnos.*

FERNANDO MICA

*La gente eligió un estereotipo para manifestarse como cordobés. La gente eligió esta actitud contestataria que tiene el chiste cordobés. Un buen tiempo estuvo eso. Hoy se puede ver manifestarse en el humor del Negro, Cacho... y los nuevos: el Flaco Pailos.*

JOSE LUIS SERRANO

*Los cordobeses hacemos culto del humor cordobés. En mis años nunca vamos a olvidar la Revista Hortensia. Que fundó un gran periodista de La Voz del Interior, Cognini Ese humor cordobés como se define hoy, el del Negro Álvarez o Cacho Buenaventura, viene desde hace relativamente poco, 30 o 40 años. Cuáles son los rasgos que identificaban a Córdoba? Era una ciudad industrial, rebelde... las industrias desaparecieron todas. Era la ciudad de las motos pumas, todos los obreros de Smata salían de sus obreros. Era la Ciudad docta, con una universidad prestigiosísima, hoy no figura entre las primeras 500 en el ranking.*

MIGUEL CLARIÁ

*Acentúo en mis personajes las costumbres, las formas de caminar, las tonadas, el tono del cordobés en sí mismo es risueño. Y el cordobés hasta pone cara para hablar. Esa predisposición para decir algo no sé si gracioso pero sí oportuno. Es muy oportuno para contestar, ocurrente... se*

*observa eso en la calle. Y yo digo qué lástima que mucha gente se lo pierde a eso. Que piensan que vivir en sociedad es ir delante de todos, más fuerte en el auto, o gritar más, o pasearte con toda la familia en una motito sin casco. Yo creo que es más que eso... y trato de reflejarlo con gracia. El negro cordobés no toca timbre para que lo atiendan, tocan para incendiar la casa.*

CACHO BUENAVENTURA

*Muchas situaciones de la realidad argentina se dan a partir del humor cordobés, a través de la típica pintura que hace el cordobés de la realidad.*

*Cuando vos te vas hacia el sur de la provincia, hay gente que se siente menos cordobesa, la gente cambia. Que se siente más ligada a Santa Fe, incluso escucha medios, que se yo, de Rosario. En la zona norte hay mucha pobreza. Y es como si fuera el campo. O sea, la gente de ciudad es distinta a la gente del campo y viceversa. Y a medida que se alejan de la ciudad se acercan a otras provincias.*

FERNANDO "FLACO" PAILOS

*El desdramatizar los problemas. Acepta mucho lo suyo, el producto autóctono de nuestra provincia es el más visto o consumido por el público cordobés. La gente es muy simpática. Tiene buena energía. Es gente muy creativa, una chispa especial. Se distingue en un grupo el cordobés del resto del país.*

GABRIELA TESSIO

*El humor cordobés, sintetizado en una palabra, la rapidez. Cuando sucede cualquier situación se le encuentra el humor al toque.*

*Cuando uno es un caradura y se lanza a hacer teatro callejero en Córdoba, tiene un plus de coraje. Porque en la calle habita un poco de la Revista Hortensia y lo que Cognini trató de reflejar en esa revista. El cordobés es muy crítico a la hora de consumir humor. Yo he ido por otras partes del país y el público es más contemplativo. Eso al público le genera mucha presión.*

*Según los indios que habitaban en nuestros territorios, los grupos que nos colonizaron después. Todo hace a la idiosincrasia de un pueblo. Y en el tema del humor, frente a Córdoba, entre Andalucía y los aborígenes de aquí —de lo que aprendí de los que saben— ambos vienen con un tono de humor. Y eso genera mucha presión.*

*A veces uno dice cosas en serio y por sólo decirlo con la tonada nuestra todos se ríen. Eso, para los humoristas es una ventaja grande. Para la gente que no es humorista se torna plomo, porque es una obligación ser cordobés y decir cosas graciosas.*

PIÑON FIJO

*Los que fundaron Córdoba fueron los del sur de España, los andaluces. Yo he tenido la suerte de estar en Andalucía y también, son muy pícaros, muy rápidos, muy espontáneos en las respuestas.*

*Y también se divierten con cualquier cosa. Eso dicen los historiadores fue el gen que trajeron a Córdoba. Los modernos hacen humor globalizado, por decirlo de alguna manera. Pero el humor típico cordobés sigue siendo ese.*

MARIO PEREYRA

## **12) EL CUARTETO**

*El estilo de Cuarteto se transformó, empezó con pasodoble, tarantela. Sigue siendo la gran influencia del pasodoble, por la gran inmigración española e italiana, más que de alemanes o de otros países. Hace 40 años había salsa, pero con el Cuarteto Leo y los que siguieron la ciudad fue una ciudad de cuarteto. Después hay otros grupos originales de Córdoba, Los del Suquía, Los cuatro de Córdoba. Pero siguen en la chacarera y la zamba. Nosotros llevamos el ritmo originario de Córdoba a todas partes. A los sanjuaninos, mendocinos, catamarqueños les gusta el cuarteto, en Buenos Aires también. Todo el país.*

CARLOS "MONA " JIMENEZ

*Con la reconstrucción democrática, la entonces radio más potente LV2, comenzó a pasar música del cuarteto. Hasta entonces estaba todo ligado a la música en inglés. Reconstituir nuestra identidad en ese momento fue un factor democratizador.*

*La experiencia me dice que el cuarteto representa a todos los sectores de la sociedad de Córdoba. En un casamiento de juez amigo, había jueces, fiscales, no me sorprendió que lo bailaran –al cuarteto- sino que cantaran las letras de las canciones ¡las conocían a todas!*

HEMETERIO FARÍAS

*También es antojadizo decir que a nosotros nos pertenece el cuarteto. Fue una necesidad de la gringada nuestra, que vinieron a hacer la América, porque había hambre en Italia y España, y de la tarantela y el paso doble y de esa mezcla nació el cuarteto. Así aparecen el cuarteto Don Bartolo, el Cuarteto Chicho, el Cuarteto Leo. De la necesidad de los inmigrantes de repetir las músicas que tenían allá. Que luego por influencia de las músicas caribeñas empieza a mezclarse con el merengue y todo pasa a llamarse cuarteto. Que es el fruto de una globalización musical que sirve para bailar. Es algo exclusivamente para eso. No tiene una categoría interesante para ser mostrada como obra de arte. No es algo que se lo muestre como belleza. O para decir: esto nos representa. Representa al que lo quiera bailar, o al que le guste.*

JOSE LUIS SERRANO

*La reforma universitaria, Tosco, Guevara, Vélez Sarsfield, Spilimbergo, López, mucho más inferior el cuarteto. Aunque no nos guste, nos identifica. Muchos dicen que el cuarteto es la patente de*

*Córdoba. Creo que es injusto porque nos identifican otras cosas también. Si comparamos en magnitud los personajes que mencioné creo que son más importantes que otros...*

*"LAGARTO" GUIZARDI*

*Yo creo que el cuarteto que hace la Mona es la identidad cordobesa. Yo no creo que se propongan "voy a hacer una música que sea cordobesa, o alemana". No. Al cordobés, al francés, al alemán, en la medida en que más espontáneo sea, en la medida que asuma su identidad le va a salir espontáneamente esa característica.*

*ARTURO GARCIA ASTRADA*

*Más que "personajes", los Clubes de Fútbol, Talleres, Belgrano, Instituto. El Arco de Córdoba y el cuarteto. Nunca en el mundo se ha visto que un cantante llena todos los viernes, sábado y domingo. Todos los fines de semana en la misma ciudad. Los rockeros hacen en Buenos Aires cuatro Luna Park u Obras y cuatro meses después hacen otro. Los cuartetos cada vez que tocamos hay más gente y otros sábados más gente y otro sábado más gente. La gente no sólo viene a ver el show, también viene a bailar. Le gusta bailar.*

*En los bailes se crearon gestos característicos para identificar cada barrio. Yo desde el escenario distingo a la gente que viene de cada barrio o ciudad por las señas que me hacen. (ejemplifica las señas)*

*CARLOS MONA JIMENEZ*

*El ejemplo de los bailes de la Mona. Él es capaz de identificar desde el escenario de qué barrio es cada grupo. Yo me paro al lado de él y no sé de donde son... porque todos tienen las mismas zapatillas, hacen los mismos gestos y movimientos, hablan igual. Yo que vivo y trabajo en Córdoba no soy capaz de diferenciarlos. Pero sí soy capaz de distinguir la tribu de La Mona de otra. Pero una estudiante francesa en un grupo de estudiantes, no sé si se puedo distinguirla.*

*Las diferencia de Córdoba en la Argentina son como los chicos de Palmar en los bailes de la Mano. Es una partecita. La globalización nos interpela más. No puedo hablar de nada hoy si no he leído al menos un diario español y otro de algún país... antes se podía hacer un programa periodístico sólo con La Voz del Interior. MIGUEL CLARIA*

*El cuarteto, no me parece que sea fuerte como tal. El humor, cierta forma de contar chistes, bueno, me parece un rasgo bastante pobre, pero cuando uno ve lo que se habla en Córdoba como rasgo cultural se toman esos rasgos. Nos pone a una gran distancia de la profundidad que pueden tener rasgos culturales como el folclore en Salta o el tango en Buenos Aires, para tomar dos elementos característicos. Córdoba tiene una identidad más vale borrascosa, no clara. A la hora de establecer cuál es la identidad no podemos salir de miradas, diría, superficiales.*

*CLAUDIO FANTINI*

*Córdoba tiene arrabal y había cantores de tango y con varias influencias musicales aparece el cuarteto. Por supuesto el cuarteto se fue transformando. Hoy tiene mucho de merengue pero la base de aquellos cuartetos: el Cuarteto Leo, Lito Jiménez, Carlitos Rolán, han tenido otras bases musicales.*

VICTOR HUGO GODOY

*El cuarteto es una identidad hacia afuera... porque es un elemento de exportación muy fuerte y produce una imagen, como nos creen ver.*

*No durará toda la vida, durará hasta que aparezca por ejemplo un gran músico clásico. No se si es una marca identitaria que perdurará en el tiempo.*

*Si antes Córdoba, por la influencia del Festival de Cosquín, se le daba a la provincia una fuerte identidad folclórica, la aparición del cuarteto y la exportación del cuarteto le va a cambiar un poco la identidad musical.*

JORGE CUADRADO

*A nivel nacional la música que representa Córdoba, mal que le pese a una gran cantidad de cordobeses, tiene que ver con la música personal, con el cuarteto. A veces con esa música se da –tal vez en forma menos pensada que a través del humor o de la pieza gráfica- una canalización de las angustias del cordobés.*

FABIANA DAL PRA

*Es bueno que el cuarteto sea parte de la identidad de Córdoba, pero se ha perdido mucho de lo bueno que tenía Córdoba más allá del cuarteto.*

TOMAS MENDEZ

## **12) PERSONAS E INSTITUCIONES REPRESENTATIVAS DE CÓRDOBA**

*Luis Juez expresa en su forma de ser y de pensar todo lo que el cordobés de manera pública o íntimamente quiere. Por eso se identifica con él. Tiene todos los rasgos dominantes. El del humor primero. Que no es una cosa caricaturesca, que es un arma. Es un modo de responder, de colocarse y plantarse en el mundo. Con el humor se desenmascara a los que son exponentes de formas corruptas de vida. El humor de Juez es en parte una construcción política, pero también un modo de crítica a las instituciones, una rebeldía, una crítica social. Y el cordobés apuesta a eso. Para que lo cordobés sea respetado y considerado. Más allá de mis diferencias con él. Él es un cordobés paradigmático.*

CARLOS HAIRABEDIAN

*En la cotidianeidad de Córdoba los valores de la iglesia se ve en que hay un cierto respeto por lo religioso, más allá de que la gente pueda creer o no, hay como una instalación de que la palabra de la Iglesia tiene un cierto peso, para criticarla o para estar a favor, pero hay como un cierto peso. Aquí existe el COMIPAZ, el Comité Interreligioso por la Paz, la comunidad judía, musulmana, católica y evangélica, desde hace 10 años hacen actividades en común con jóvenes de las distintas comunidades interreligiosas. Ese respeto por lo religioso se ve. Y una cultura del diálogo de las instituciones religiosas muy fuerte, y vista con mucho agrado por el resto de los cordobeses. Uno ve que hay una afluencia grande a los cultos, más que en otras ciudades. Otras cosas como huella de lo cristiano en Córdoba sería para meditar más profundamente. Sería para pensar más largo.*

Pro. RAFAEL VELAZCO

*Yo creo que en Córdoba Capital, mientras que a José Manuel de la Sota le tienen "picado el boleto", la gente de los sectores populares se identifica con Luis Juez por considerarlo "uno más de nosotros". Lo ven como algo distinto, como alguien más cercano a la gente que los políticos que están a 5 metros más arriba. Pero no creo que sea sólo por simpatía, la gente no hubiera votado a la Mole Moli como lo votó a Juez.*

FERNANDO MICA

*No sé personas representativas. Sí conozco muchos ídolos de Córdoba, del deporte, humoristas, artistas. No creo que haya así una persona más destacada que el resto, que digas el nombre de la ciudad y te aparezca ese nombre. Si te tengo que decir uno apurado, diría la Mona Jiménez, pero no creo que sea él necesariamente ni que haya uno más destacado o representativo. Cada uno a su modo es representativo, pero no creo que haya uno por sobre todos. Tampoco creo que haya uno en el deporte. Hoy tenemos a Oberto en su medida. A Cabrera en su medida. A Meolans, a Nalbandian, a Bardach, a las leonas, a todos en una medida, no hay uno que digas "este es". Oberto es un ganador, tiene mucha garra, mucha pasión, mucha chispa, mucho amor propio... me enorgullece haber estado al lado de él. O la chispa de Pato Cabrera que dice que a su copa le va a poner Fernet con Cola. Campana también fue un fuera de serie, tuvo un techo que tuvo que ver con la época también... pero era fuera de serie. Son épocas, nosotros no teníamos acceso a la NBA, ni siquiera a verlos en directo, no había posibilidades de ir a Europa. Pero todo va cambiando, también los que jugaron antes tenían menos posibilidades técnicas... nosotros ya jugamos en pisos de madera...*

MARCELO MILANESIO

*Hablar de un Marcelo Milanesio, de un Alberto Willington, un Kempes, un Cucciufo, habla de lo que es hoy el deporte: un Nalbandian, un Meolans, que ponen a Córdoba en el mejor lugar del mundo, El Gato Romero.*

*FALUCHO LACIAR*

*Córdoba siente a Atenas como un club que le ha dado muchas satisfacciones, muchas alegrías. La gente cuando iba a ver a Atenas estaba enterada de lo que hacía Atenas. Tenemos una figura de la NBA que surgió de Atenas, o vivió gran parte de su carrera aquí. Eso es mucho decir. Atenas identifica y es representante. Y es como una especie de embajador de Córdoba. Defiende los colores de Córdoba en una camiseta que tiene los nombres de un club, pero representa toda una provincia. Y más también, porque Atenas tenía hinchas en otras provincias también. Ha sido parte de una imagen de Córdoba que fue muy buena.*

*MARCELO MILANESIO*

*No sé si hay un político representativo. Cada uno tiene su peculiaridad, sus afectos y sus detractores. No me atrevería a decir ninguno que define a un político cordobés. De otros ámbitos, el primero que se viene a la mente es la Mona Jiménez, el típico... artistas conocidos, por su forma de expresarse Luis (Juez) puede ser un hombre que por su forma de decir las cosas, sea representativo. Y de los artistas, la Mona, Cacho Buenaventura. Son personas que han brillado en todo el país y toda la gente se identifique con Córdoba.*

*HÉCTOR "PICHÍ" CAMPANA*

*Siempre el cordobés lee más allá, ve las situaciones más allá de la superficie. Así se demuestra en las elecciones, en las lecturas de los cordobeses de la política nacional.*

*FABIANA DAL PRA*

*A veces creemos que somos totalmente particulares. Lo somos en la tonada pero siempre lo representativo de Córdoba es el humor. Debe haber otras cosas pero no se me ocurre más que esas dos: el humor y la tonada.*

*ARMANDO MEROLI*

*El negro Tobi, que es un personaje que hemos descubierto hace poco, se puede ver reflejado en cualquiera de los cordobeses. Después al cordobés le gusta mucho participar en la política. Es muy político. No te podría graficar en qué personalidad, podría decirte Luis Juez, tal vez porque tiene algo de Cacho Buenaventura. Me parece que esa impronta tan rápida, ocurrente es lo que a mucha gente le ha seducido.*

*La de Juez no como político sino como figura de la sociedad que se ha puesto tan luego en crítico, tan luego en gobernante, bien o mal, pero que en cierta medida se ha convertido en un personaje de los últimos tiempos.*

**JULIO KLOPPENBERG**

*Miguel Clariá, la Voz del Interior (no como persona sino como medio), Mario Pereira, aún cuando es muy resistido por cierta parte creo que genera lo necesario para llegar, que creo que es generar grandes polaridades, gente que lo ama y gente que lo detesta. Entonces es lo más necesario para el éxito: o lo escuchás para ver qué dice o lo adorás. Rosa Bertino es una periodista gráfica que me gusta mucha. Y opina con seriedad y habla con el lenguaje de la gente. Y Gustavo Tobbi que ha sentado las bases de la honestidad. Es más fácil hacer periodismo en democracia, es más difícil venir de hacer periodismo durante el proceso. Y eso le ha pasado a Gustavo Tobbi. Córdoba la Docta ha sido formadora de grandes personajes de la Historia, como Mariano Moreno, que han llegado a ser presidentes o que han ganado premios internacionales, en la medicina, por ejemplo. Las primeras reflexiones sobre las hegemonías políticas, como ocurrió con Menem en los '90, se han dado primero en Córdoba y después se reflexiona en el resto del país. Córdoba siempre está para hablar distinto, dar una señal al país. Córdoba da la nota. Y eso es lo bueno de vivir cada día en la ciudad de Córdoba.*

**FABIANA DAL PRA**

*El gobernador influye. Mario Pereyra es como un referente. Los periodistas políticos son muy importantes, analistas sobre todo de la situación.*

**GABRIELA TESSIO**

*Al ser cordobés uno siempre tiene contacto con el humor... Me morfabá los casetes del Negro Álvarez. Tocando con un grupo que tenía en el 82 y 83 empecé a contar chistes para amenizar un poco y allí empezó un poco mi relación con el humor en el escenario.*

**FERNANDO "FLACO" PAILOS.**

### **Etapas 3:**

A partir de las variables y dimensiones surgidas de las etapas 1 y 2 se diseñará **una jerarquía de componentes básicos y complementarios** que debiera incorporar comunicacionalmente la marca Córdoba Ciudad.

## **HITOS CONDENSADORES DE LA IDENTIDAD**

Indicios discursivos para definir la identidad a partir de las entrevistas en profundidad y las historias de vida.

Aquello que en cualquier relato es simplemente el *punto de vista* del narrador/a<sup>2</sup>, cuando esos relatos son historias de vida (a partir de la exploración etnográfica) o se indagan definiciones colectivas (como en el caso de la identidad de Córdoba), esos *puntos de vista* se convierten en indicios discursivos, en hitos que aportan sentido identitario.

En toda narración, el punto de vista de quien narra delimita tiempos, propone espacios, describe personajes, plantea secuencias y causalidades de aquellos hechos que narra. Los prefacios narrativos (Sacks, 1992), que traducen la función de los títulos del texto escrito a una conversación oral cualquiera, sirven de enmarcadores de un momento especialmente destacado en la propia historia.

Las primeras demarcaciones o prefacios narrativos son aquellos con las que cada persona delimita el **comienzo de su propia historia de su vida**: hay quienes comienzan por su fecha de nacimiento (*“nací por casualidad en Santiago del Estero”*); otros fijan el comienzo en algún momento de su vida temprana (*“cuando comencé el colegio primario nos mudamos a Salta”*); o en un aspecto de su árbol genealógico (*“mis padres venían de Piamonte, Italia. Se afincaron aquí hace 40 años, al año nació mi hermano y a los 5 años nací yo”*) o hacen sentido en la historia social de la que es parte su propio nacimiento individual (*“Nací el año del Cordobazo”*).

No sólo ocurren estas delimitaciones temporales con la propia historia de vida de cada persona. Se usan estos prefacios narrativos para presentar también **una**

---

<sup>2</sup> El concepto de punto de vista es, a partir de Benveniste y Bajtin, absolutamente acordado por lingüistas y semiólogos.

**institución, el propio barrio o la ciudad** de pertenencia. Hay quienes fijan el comienzo de la Ciudad o de la Universidad en la fundación, o quienes definen un momento de esplendor y a partir de allí marcan los tiempos sucesivos. Por ejemplo, el Rector de la Universidad Católica de Córdoba marca el comienzo de la Institución en la propia historia de la actual Universidad Nacional, fundada también por los jesuitas, y explica cómo –luego de la expulsión de éstos de la región y la estatización de la Universidad Nacional- al retornar los jesuitas a Córdoba continuaron aquél mismo proyecto en la Universidad Católica de Córdoba, heredera del auténtico espíritu de la primera Universidad de Latinoamérica.

**Hitos** alude a los límites de un territorio y a los lugares de unión y reorientación de dirección, pero también remite a la idea de fijar la mirada para afinar puntería, para acertar el punto de la dificultad en un tiro. De este modo, los hitos de condensación en las historias de vida, pretenden que sean las miradas de los protagonistas las que fijen la orientación, las que concentren la atención en los sentidos de identidad.

La **condensación** alude, básicamente (Diccionario de Semiótica; 50) al concepto introducido por Freud para designar *“al proceso por medio del cual un número determinado de pensamientos se reúnen bajo un único contenido ideativo o símbolo”*, pero a la vez, en el campo semántico, remite al *“proceso de sustitución de una significación por otra, en virtud del cual se produce un efecto de sentido”*.

Fijamos, a partir de las encuestas con preguntas cualitativas y abiertas, y a partir de las entrevistas en profundidad realizadas en este Estudio, los siguientes Hitos Condensadores, que como concepto sirven para analizar cualquier entrevista etnográfica e historias de vida (personal o institucional), pero se exponen aquí a partir de rastrear la identidad de la Ciudad de Córdoba.

### **1) HITO DE APROPIACIÓN:**

- “ESO ES DE MI ÉPOCA”. Aún cuando una persona haya vivido distintas épocas a lo largo de su vida, en innumerables situaciones remite a su despertar adolescente. Básicamente al remitir a la música, pero también al

mapa político y las costumbres, al avance tecnológico, al mejor estado físico en el que se ha estado, las “épocas” suelen encadenarse a partir de aquella de mayor esplendor. Luego, cronológica pero también nostálgicamente, esa época va deviniendo en otras que conectan al momento presente con la época “apropiada” (en el doble sentido de la palabra: aquella época que uno/a ha hecho propia y de la que, por tanto, se ha “apropiado”, por un lado, y de la época más indicada, más pertinente, más “apropiada” para elegir).

En la definición de la identidad de una ciudad (así como la de un partido político, gremio, movimiento social, institución, personaje o incluso una concepción teórica o filosófica) también aparece su momento de esplendor, su “época”, allí donde ubica el mito fundacional. En el caso de la Ciudad de Córdoba, por ejemplo, **la definición de la Docta, la década del '60, el industrialismo y el Cordobazo** (la ciudad obrera y universitaria y el desarrollo comprometido de ambos), son los hitos condensadores del esplendor de sus potencialidades, más que los devenires anteriores y posteriores en su propia historia.

Es interesante que la definición de La Docta tiene más que ver con una época que con intelectuales o grupos de intelectuales concretos. Efectivamente se trata de un ser colectivo, un espíritu de época (en el sentido de Hegel), pero también un espíritu de espacio concreto (la ciudad capaz de contener ese movimiento político-social).

En la encuesta a población general, al consultar por **los intelectuales más representativos de la ciudad**, un 59,45% de los encuestados dice no conocer ninguna persona que ocupe ese rol. Ni siquiera hay menciones mayoritarias a personas fallecidas que puedan resultar significativas en ese rubro, como sí aparecen en muchos otros o muy minoritariamente en éste (Lugones, por ejemplo). También al consultar por los lugares de reunión de los intelectuales, un 42,51% de los encuestados desconoce esos sitios. Esto refiere, por un lado, a que el mote de la Docta tiene relación auténtica con un sentir social más generalizado, y no con un grupo específico de personas concretas. En Buenos Aires, por ejemplo, al consultar por intelectuales la lista podría resultar numerosísima y podrían mencionarse sitios concretos de reunión intelectual en la

ciudad (desde los famosos grupos de Florida y de Boedo como modo de identificar ideas a partir de su lugar de reunión). Sin embargo, Buenos Aires no se reconoce a sí misma como una ciudad Docta, universitaria, intelectual, sino más bien hace contacto con la vida cultural y artística más general (los movimientos teatrales, de música y danza y los grupos de arte alternativo), desprendida de la intelectualidad institucionalizada que es hito condensador en Córdoba.

- “ESTE ES MI LUGAR”: También en la definición del espacio hay elecciones: *“Soy de Avellaneda, aunque vivo en Caballito, viví en San Telmo y también en Almagro y en Barrio Norte, sigo siendo y siempre seré un muchacho de Avellaneda”* –decía en la apertura de un programa Jorge Lanata, periodista, como toda una declaración de principios. También muchos referentes adoptan Córdoba como lugar de pertenencia.

*Fijate vos que hay una canción de Rodrigo que dice “Soy Cordobés”, a pesar de que Rodrigo nunca entró en Córdoba porque la noche no se lo permitió, no hay lugar donde pases esa canción y los cordobeses no se sientan identificados.* Luis Juez, intendente de la ciudad.

La prueba de la poca aceptación dentro de Córdoba del cantante Rodrigo lo dan las propias encuestas a población general. Ante la pregunta de Opciones duales entre La “Mona” Jiménez y Rodrigo, el 67,7% opta por la “Mona” (mencionado además en las entrevistas en profundidad como ídolo indiscutido por todos los sectores), sólo el 19,51% elije a Rodrigo.

Del total de 90,55% de los encuestados que dicen que Córdoba es un buen lugar para vivir, el 9,02% lo fundamenta simplemente en que se trata de “su” lugar: *“Vivo aquí, nací aquí, soy de aquí, tengo mis amigos, mi familia, no me imagino en otro lugar”*. Otro 2,07% agrega una tautología similar: *“me gusta, se vive bien, es un buen lugar”*. Más allá de cualquier otra razón concreta destacada, es simbólica la proporción de elecciones

*“No me imagino viviendo en otro lugar que no fuera la Ciudad de Córdoba”* - Cacho Buenaventura. *“Si tuviera que nacer de nuevo y pudiera elegir cualquier lugar del mundo elegiría Córdoba”* – Carlos “Mona” Jiménez.

## 2) HITOS DE MOTIVACIÓN:

Cuando se pregunta por un **trayecto específico de la biografía** en las historias de vida (por ejemplo, una carrera profesional), también los comienzos del relato difieren. Hay quienes se extienden en describir tareas que han realizado previamente o motivaciones que abrieron este camino particular de su actual profesión: *“siempre me gustó el periodismo porque mi papá era canillita en mi ciudad y yo aprendí a leer tratando de saber qué decían los diarios”*; *“si bien tenía experiencia como locutor, en el momento de pensar una carrera universitaria pensé más bien en Derecho o Sociología”*, *“nunca pensé en ser político, aunque siempre participé activamente de cuanta institución fui parte: el club, la escuela, la universidad... luego, las circunstancias me llevaron a tomar este compromiso político”*.

Aparecen discursivamente diferentes modos de omitir la causalidad en la narración (aún la pluricausalidad o la complejidad en la motivación) de algunas acciones o trayectos de la propia historia de vida.

- **LA CASUALIDAD:** La antropóloga brasileña Maritza Peirano investiga las biografías profesionales de los principales referentes de la antropología. Al indagar los motivos que llevaron a cada uno de ellos a iniciarse como antropólogos, aparece la idea de la “casualidad” o “azar” como modo de especificar ese trayecto profesional. Concluye entonces Peirano (1994; 125): *“al buscar la explicación en el azar, nuestros científicos evitaron tanto la idea de un destino preestablecido, como su opuesto, es decir, el énfasis en una voluntad individual. Parece que optaron más por la indeterminación que por la certeza, dejando lugar para una (tal vez aparente) negligencia de voluntad”*. También en la adhesión de Córdoba como ciudad para su desarrollo profesional, muchos entrevistados utilizan el azar como argumento. Entre ellos, Mario Pereyra es quien más enfáticamente dice no haber elegido Córdoba, haber llegado por pura y exclusiva obra de la casualidad.

- **LAS ELIPSIS U OMISIONES:** Especialmente en la historia argentina contemporánea, al hablar a la vez de una identidad individual y colectiva, muchas veces aparecen vacíos de explicación (elipsis narrativas) que se resumen como: *“con el Proceso<sup>3</sup> todo ese proyecto se terminó, por supuesto”*; *“en el ’76 tuve que irme y terminé en México”*. También aquí, hay un modo de borrar las implicancias de las decisiones individuales. Sin embargo, a diferencia del caso del azar, aparece con mayor fuerza en estos argumentos un determinismo social inevitable. Hay un destino preestablecido desde la conducción militar y civil de la última Dictadura que explica a la vez procesos sociales más amplios cuanto decisiones individuales más específicas. *Hay una tensión entre la historia de Córdoba y algunas ideas que persisten que se ha resuelto a favor de aquellos que no quieren revisar el pasado*, afirma el abogado y periodista Carlos Hairabedian. En el caso de Córdoba, además, la Dictadura –aún con todos sus sentidos elípticos- está cargado de un sentido de causalidad: la mayor dureza de la represión es signo de un mayor compromiso político activo con el movimiento social popular en la Ciudad.
- **LAS MARCAS INDELEBLES:** Es cierto que toda identidad es fruto de la propia historia. Pero hay quienes en función de definir las características de los cordobeses plantean analogías sostenidas en lo que Roland Barthes (1967) definiría como Privación de la Historia. Tanto la impronta de los comechingones (como la de ser desconfiados y excesivamente sagaces en los análisis), como algunos rasgos andaluces (una comparación de humores similares, por ejemplo) están planteadas sin tamiz, sin insertar en la analogía toda la complejidad social inmigratoria, de vaivenes históricos y de conformaciones locales. Es cierto que ambas etnias (andaluces y comechingones) habrán dejado su impronta, huellas, raíces, en la ciudad. Pero plantear la inevitabilidad y la contundencia de esos rasgos como única

---

<sup>3</sup> Siempre Proceso o Dictadura remite la última intervención militar en el gobierno (1976/83). Si bien no ha sido la única a lo largo del Siglo XX en la Argentina, tiene la condensación de sentido por haber sido la más persecutoria en términos políticos, cruenta en su represión y contundente en su modelo económico.

definición de identidad implica la operación de caricaturización típica (aún más típica en los cordobeses) de la asignación de motes: hitos condensadores de sentido personal y social. Son hitos condensadores que resuelven la pluricausalidad en una marca lineal e indeleble. Distinta es, en cambio, la inscripción personal de cordobeses en esas raíces, adscribiendo a algún rasgo: *Me hubiera gustado ser un comechingón* (Fernando “Flaco” Pailos)

También aparecen marcas indelebles a la influencia del clima, el paisaje, la condición geográfica.

*El cordobés tiene como característica su mediterraneidad, al estar en el centro del país, puede alejarse un poco de lo que llega al puerto, no dejarse aturdir por la presencia de la globalización. Aceptarla pero con más defensas - afirma el filósofo Arturo García Astrada. Y continúa con esta relación, extendiéndola a la vegetación “Yo creo que el cordobés participa de su vegetación. La vegetación de Córdoba es un poco espinosa. Entonces el cordobés, tal vez por una defensa, manifiesta también en su forma un poco a veces ciertas espinas, que no dejan acercarse mucho a la planta, a la flor. Y pasa aquí con su gente”*

Así acompaña Piñón Fijo la argumentación: *Atahualpa decía que el hombre de la llanura habla fuerte y a los gritos porque no le tiene miedo a nada. El que vive en la montaña susurra, porque la imponente de la montaña y el eco y el temor a molestar algo que esté más allá lo ha hecho más sumiso y más silencioso.*

### **3) HITOS CONDENSADORES DE IDENTIFICACIÓN CON UN ROL SOCIAL:**

Esta operación discursiva, esta segmentación de la complejidad para condensar la propia identidad, es muy característica de cualquier relato en las biografías, historias de vida, entrevistas en profundidad y definiciones de identidad colectivas. El hito condensador discursivo del Yo Soy... en el que no importa luego con qué se completa esta definición. Puede completarse con una referencia espacial. Es común encontrar el “soy *nacido y criado en Córdoba*” como argumento en las encuestas; así como el “Soy *cordobés por adopción, nací en... pero me siento cordobés*”, en las entrevistas. Esta misma definición puede ser completada por

adscripción política (soy peronista, radical) o deportiva (soy de Talleres, Belgrano o Instituto, aparece espontáneamente en las entrevistas sin que los temas consultados ameriten el comentario; al igual que las Canchas se convierten lugares simbólicos de la Ciudad en las encuestas). A veces simplemente *“Córdoba ha producido grandes deportistas, no creo que haya uno representativo”* *“El público cordobés es conocedor del deporte en general”* - argumentaba Marcelo Milanesio a lo largo de su entrevista. También en general los periodistas coinciden en que Córdoba es una ciudad de gente muy politizada y que reclama un periodismo más comprometido. *“El cordobés es muy político”* sintetiza como hito condensado Julio Kloppenburg.

Completar el Yo soy con un rol social es la operación cotidiana más típica en el discurso (ser padre, madre, obrero, estudiante, turista, etc.). Un rol, una profesión o situación laboral, condición física, actividad, hobby o particularidad actitudinal. A veces incluso el hito se funda en negar pertenecer a un rol social predeterminado: *No me considero humorista, trato de contar y reflejarlo con gracia* - afirma Cacho Buenaventura.

Desde los sociólogos Berger y Luckman en adelante, el rol social es entendido por la función más que por la identidad de quien lo porta. A esto hay que sumarle el “deber ser” de los roles sociales, aquel al que todos aspiramos y no alcanzamos nunca. Docentes, profesionales, periodistas, intelectuales, artistas, científicos, sindicalistas, funcionarios, políticos, obreros, cuentapropistas... todos y todas tenemos un mandato otorgado por el rol, que sirve de horizonte detrás del cual las complejidades humanas se despliegan e internalizan los roles. Los autores mencionados (2003; 162/3) postulan la internalización como la *“aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que en consecuencia se vuelven subjetivamente significativos para mí”*.

Cada uno de nosotros es a la vez esos roles y mucho más, pero se recorta a partir de un hito que quedó definido como el “ser”. En las narraciones, aparece como un ficticio “siempre” en las descripciones de vida al referirse a algunos roles idealizados *“siempre fui excelente estudiante, pero en esa carrera fracasé”*;

*“siempre fui delgada, hasta después de mi segundo embarazo...”; “siempre se caminaba tranquilo por esta ciudad, hace un tiempo se puso insegura”.* Si tabulamos cuantitativamente el tiempo de delgadez o de gordura, de seguridad o inseguridad, etc. es probable que unos y otros no tengan tanta distancia. Sin embargo, subjetivamente, unos se convirtieron en la continuidad del “siempre” y otros en la anécdota de la excepción.

**Definir metonímicamente desde un rol social la personalidad entera**, implica una toma de partido por la identidad. Es cierto que una metonimia se construye con una serie de desplazamientos del todo a la parte, de la parte al todo, del rol a la identidad y viceversa. Pero en este caso, desplazamiento y condensación no son antónimos –como en sus concepciones más tradicionales de metonimia y metáfora- sino que complementan recorridos y despliegan hitos de sentido similar. Tanto desde la condensación (apropiarse de un momento o lugar, armar argumentaciones metafóricamente), como desde la identificación con los roles (desplazamiento metonímico), aparece el SER CORDOBÉS como una identidad particular.

Es interesante el dato de la casi inexistencia de mujeres como representativas de los distintos rubros de la ciudad. A excepción de Cristina Bajo, (3,96%) que aparece como la tercera en la mención de intelectuales, o Carolina Scotto (0,30%)<sup>4</sup>, mucho más lejos en la jerarquía.

Por tanto, podemos inferir que ese SER CORDOBÉS, con todas las características que le asignan encuestados y entrevistados, que se visualizan en esa condensación e identificación, es masculino. Al ser consultado explícitamente, Fernando Pailós, relativiza esas mismas condiciones o características que había descrito para los cordobeses en general. Afirma que tienen menos chispa, que utilizan el humor, pero no tanto, que son menos sociables...

---

<sup>4</sup> Si bien en una reciente votación realizada en La Voz del Interior resultó elegida como la cordobesa del año, esta votación no es representativa y se hace sobre de un listado previo. Se vota, no por académica, sino por ser la primera mujer rectora en más de 400 años de existencia de la Universidad

En el caso de los referentes de Córdoba, entrevistados a partir de haber sido mencionados como representativos en la encuesta a población general, es interesante la respuesta a partir de la aceptación o no de ese dato (*“está equivocado, yo no puedo representar a nadie”* dijo Américo Tatián, o *“no me creo representante de nadie”* señalan varios periodistas). También creer ser referente de una ciudad es una autodefinición identitaria, más allá de la asignación que otros hagan del rol. Puede darse también –y aparece en muchas figuras políticas- la situación inversa: que una persona se autodefina representante y esa auto-referencia con condiga con la percepción de la población.

#### **4) HITOS DE DEFINICIÓN IDENTITARIA: LAS CONTINUIDADES Y LOS CAMBIOS**

Así como la continuidad de los rasgos a lo largo de las coyunturas hablan de la identidad sólida, inquebrantable e incólume, muchas veces son los cambios los que se destacan como hitos condensadores. Por ejemplo, en el caso de la Ciudad de Córdoba, es más la Reforma Universitaria como lugar de cambio -que la anterior tradición de estancamiento que dio lugar a esa Reforma- la que funciona como hito condensador de la representación colectiva. Son los momentos de heroísmo, las decisiones “jugadas” las que se posicionan en la presentación personal y social como hito condensador de valentía, posibilidad de cambio, de reacción.

Paul Ricoeur (2006, 145 y ss.) plantea la memoria y la promesa como dos momentos que ayudan a definir la identidad. La memoria mira al pasado y selecciona la propia historia a partir de ese registro. La promesa mira al futuro y se proyecta en él. En el momento de relatar su propia identidad y las representaciones colectivas, hay quienes hacen hincapié en el pasado, en las raíces, en las herencias. Hay quienes, en cambio, proyectan un futuro, lo diseñan de entre los múltiples escenarios o prospectivas posibles y lo presentan como lo que necesariamente sucederá. Sobre las prospectivas, hay que entenderlas como

más que expectativas de futuros posibles, sino como los distintos futuros que derivan de las condiciones de posibilidad presentes.

Es interesante que al plantear la identidad de la Ciudad de Córdoba, mientras que las huellas del pasado permiten hitos de diverso sentido y definición identitaria, no hay grandes optimismos a la hora de situarse en las promesas de futuro. En lo que refiere a la memoria, la **impronta rebelde** hace secuencia en hitos tales como: la desobediencia de Jerónimo Luis de Cabrera como marca de nacimiento de la ciudad; la expulsión de los jesuitas del Virreynato, la Reforma Universitaria y el Cordobazo. La **impronta más tradicional** o conservadora hace secuencia en los hitos: la ubicación estratégica de la ciudad durante la colonia, la tradición religiosa y espiritual en general, la marca conservadora de la Universidad como portadora de esa tradición, procesos políticos más extendidos y largos que en otros sitios del país.

La memoria sostiene la **mismidad**, allí donde los cordobeses se enorgullecen, la sienten ciudad única, incomparable, rica y bella. Es interesante observar que los sitios de la ciudad se perciben con intrínsecamente bellos pero descuidados y/o sucios. Es decir, estructuralmente (la mismidad) valiosos y coyunturalmente (incluso acusando a los gobiernos y no a los conciudadanos) descuidados. José Luis Serrano (doña Jovita) planteaba: *“Córdoba es maravillosa, algunos cordobeses no están a la altura de Córdoba”*.

El futuro, en cambio, conecta a la identidad con la **ipseidad**, esto es, la posibilidad o la perspectiva de continuidad en el sí mismo en contacto con los otros. En épocas de globalización cultural, la ipseidad, la continuidad en el sí mismo en medio de la interacción asimétrica con otros, es uno de los principales hitos condensadores de la identidad. En el caso de Córdoba, a veces la ipseidad se vuelve prestigio perdido (*“nuestra Universidad, la más antigua de Latinoamérica y una de las más prestigiosas del mundo, hoy no aparece entre las 500 mejor rankeadas”* dicen Miguel Clariá y Claudio Fantini). Otras, se vuelve impotencia

ante la destrucción de las “huellas” de la memoria (Javier Correa, restaurador de monumentos, advierte sobre la falta de una política de estado en la conservación de restos arquitectónicos y piezas culturales que son huellas de esta memoria).

Finalmente, algunas situaciones son más controvertidas. El cambio de la arquitectura de Nueva Córdoba, construyendo edificios en el terreno de otrora casonas tradicionales. Mientras que el propio intendente Juez dice gestionar a partir de las personas reales que habitan un barrio como Nueva Córdoba, y otros referentes se regocijan con las nuevas construcciones urbanas; algunos referentes de la cultura y legisladores resaltan las marchas de resistencia a los cambios globalizadores de un shopping donde había una escuela o un Paseo que borre las huellas de la cárcel sobre la que se erige.

Las controversias se argumentan, por un lado, entre quienes sostienen que *“hay que actualizarse a los tiempos”* *“hay que reconocer quiénes viven realmente y el uso concreto de los espacios”*. Por otro lado, quienes lo perciben como parte de la globalización sin respeto a la identidad local. En este caso, ser conservador de lo propio es un modo de resistencia y hasta de rebeldía. Y allí es donde Córdoba encuentra un punto de contacto entre la mismidad y la ipseidad. Córdoba, orgullosa de lo propio, resiste la modernización obligatoria del olvido.

*“Las nuevas generaciones, libradas a los avatares de la lucha por seguridades subjetivas y sociales, se enfrentan ante el desafío de crear y recrear un mundo de sentidos a partir de memorias, silencios y miedos que los adultos les han transmitido. Atravesando las experiencias personales, los deseos y expectativas, los miedos amenazan los lazos y los espacios en que la vida transcurre”*. (Miedos y Memorias; 2003; 10).

En cuanto a la **alteridad** propiamente dicha, existen dos tipos de “otros” diseñados por los propios cordobeses:

- los otros a los que se les reclama (el centralismo de Buenos Aires, “*cuando Uds. dicen escribir sobre historia argentina en realidad escriben sobre historia de Buenos Aires*” Adrián Carbonetti) o con quienes se compite (“*Nos embola que nos comparen con Rosario. Y Rosario nos sacó varios cuerpos*”, acota el intendente Luis Juez) o los que se tiene como comparación y modelo (“*Córdoba es tranquila comparada con Buenos Aires*” -. Dicen las encuestas al hablar de Córdoba como un buen lugar para vivir).
- los otros a quienes se los comprende como víctimas (“*Córdoba es con el resto del interior del país lo que Buenos Aires es a Córdoba, igualmente centralista*” define Fabiana Dal Pra), los otros más tranquilos e inocentes, menos ciudadanos, menos “avispados” (Piñón Fijo relata cómo lo estigmatizaron por pueblerino y serrano al llegar a la ciudad de Córdoba, pero también cómo todos los ciudadanos del interior pierden su identidad en Buenos Aires). En la Encuesta a Población General se ha preguntado especialmente por este tipo de alteridad, al consultar por las diferencias entre Capital e Interior de la Provincia de Córdoba.

Mismidad, ipseidad y alteridad aparecen también con fronteras difusas y corredizas cuando, según la pregunta de la que se trate, los cordobeses toman, indistintamente, sólo a la ciudad o bien a **toda la provincia de Córdoba** como referencia. Por ejemplo, para decir con orgullo que un artista o deportista es representativo de la Ciudad de Córdoba, poco importa si ha nacido en el interior de la provincia o en la Capital (en la Encuesta a población, de las personas representativas solicitadas por rubro, poco más de la mitad de las personas que no nacieron en la ciudad (32,11 %) son cordobeses de provincia. Asimismo, a la hora de mencionar a la marca más representativa, aparece ARCOR (22,86%) que es en realidad una empresa con asiento en la provincia más que en la ciudad,

luego aparece la marca Pritty y en tercer lugar nuevamente SANCOR, empresa también ligada al interior de la provincia.<sup>5</sup>

Lo mismo ocurre con **las sierras**, incorporadas al paisaje de la ciudad o planteadas como “cercanas” según lo requiera la argumentación. *Para mí Córdoba es Sierras. Tres lugares que tienen mucho que ver con nuestra Córdoba. La diferencia entre Córdoba con cualquier otra ciudad son la sierra y el río.*

MARCELO MILANESIO

También al consultar por las diferencias entre Capital e Interior de la provincia de Córdoba aparece con contundencia la idea de “*casi no hay diferencias*” *más allá del tamaño, mayor/menor tranquilidad, posibilidades, diversión o dinero* (éste último, indistintamente planteado como mayor en uno u otro sitio según cada encuestado). Contrariamente, con menor presencia en las Encuestas pero contundentemente en las entrevistas, aparece el estereotipo de la Capital como resistencia de la identidad “pura” versus las múltiples transformaciones de las ciudades más ligadas a los bordes de la provincia.

Como se ha expuesto ya en la exposición de entrevistas realizadas, tanto quienes son de la ciudad como quienes (en general, orgullosamente) provienen de ciudades del interior y han realizado parte de su carrera profesional en la Ciudad de Córdoba, usan el SER CORDOBÉS como un mecanismo conmutador que a veces equipara y otras separa ciudad e interior.

Cuando se trata, en cambio, de “cerrar” la definición hacia los barrios de la propia ciudad: *‘el cordobés nato, el habitante de la ciudad tiene una identidad muy especial que es fácilmente ubicable. En los barrios típicos, Barrio Güemes, que era El Abrojal antes, Barrio Observatorio, Villa Azalais... hay individuos que llegan desde otros lugares, por ejemplo de la Capital Federal, y no entienden el idioma*

---

<sup>5</sup> Es bueno remitir aquí a una observación que se hizo especialmente en el Cuadernillo de Entrenamiento de Encuestadores/as, en el que expresamente se pedía que en cada pregunta se hiciera énfasis en la Ciudad

*cuando se le está hablando... les resulta difícil entender a un cordobés con su idioma básico para dirigirse a la gente” Rony Vargas.*

El lenguaje de señas propuesto por la “Mona” Jiménez a su público para diferenciar barrios de la ciudad y a la vez ciudades cercanas a Córdoba es una muestra de esta alteridad hacia adentro. Aún cuando algunos periodistas más ligados a la globalización que a la identidad local, como Miguel Clariá, exponen expresamente que estas señas no constituyen ninguna diferencia de consumo cultural ni de aspecto entre unos y otros, los símbolos kinésicos constituyen un verdadero lenguaje semiótico de identificación para quienes suscriben y repiten cada seña como símbolo de su identidad.

Si volvemos al original planteo de Ricoeur (op.cit.), éste agregará que el olvido es el amenazador de la memoria (pasado de la identidad) y la traición es amenazadora de la promesa (futuro de la identidad). Cuando la traición (futuro) consiste precisamente en el olvido (pasado), la amenaza a la identidad se potencia y se percibe en el presente, se evidencia y se enfrenta. Entonces, el discurso del presente en relación a la identidad ya no cuenta con el pasado memorioso ni el futuro promisorio, sino con un presente resintonizado, des-sintonizado, que busca encajar en las circunstancias de alteridad presente (en lo que otros dicen que uno debe ser), pero se traduce en la ipseidad (vocación de continuidad del “sí mismo” en medio de las interpelaciones de otros) y la mismidad (la memoria del ser, más allá de los baches del olvido). En este interjuego entre memoria y promesa, pasado y futuro, mismidad y alteridad, Córdoba se plantea con nostalgia.

Al consultar en la Encuesta a Población por el mejor momento de la ciudad, aparece “Ahora” (o como inmediato presente, *“desde la gestión de Juez (último intendente)”*). Este presente positivizado aparece en primer lugar con el 19,27% de los votos, seguido del “no sabe”. Pero si medimos que, en paralelo, el peor momento de la ciudad también menciona el *“desde que está Juez (el actual*

*intendente*)<sup>6</sup>, con el 15,90% de votos (sólo después de la remisión al 2001 como momento crítico del país, más que de la ciudad), inferimos que se trata de una adhesión o rechazo a una gestión, y no es una idealización del presente. Sólo un 0,61% incluye la creativa respuesta “*el mejor momento todavía no llegó*”, a los que se suman “*todos fueron buenos*” y “*ninguno fue malo*” con un 3,98% en la pregunta por el peor momento.

Es interesante que, si bien en general los mejores y peores momentos remiten a los respectivos gobiernos –hecho que ratifica la politización de la población antes mencionada- aparece como lugar de producción de sentido la mención a “*El industrialismo*”, es decir, un proceso más que un gobierno específico liderándolo.

Asimismo, cuando aparece con un sentido de “mal momento” el Cordobazo o los primeros ’70, se agrega un sentido de causalidad: “*por la violencia social*”. En cambio, cuando se remite a ellos en forma positiva, se lo hace con su sola identificación sin aclaraciones. Como hitos condensadores, se trata de momentos positivizados, salvo que excepcionalmente se justifique lo contrario.

Hay momentos en los que la mismidad desconoce cualquier alteridad posible. Por ejemplo, si comparamos la relación de los cordobeses con su clima (las respuestas a la pregunta respecto de si Córdoba es un buen lugar para vivir tienen al “clima” en el 8vo. lugar de las razones positivas), no condice con la mirada que muchos turistas tienen sobre el clima de la ciudad de Córdoba.

Pensar los **hitos condensadores** como modos espontáneos con los que los entrevistados registran sus historias de vida o las historias de su lugar, sirve como herramienta de investigación cualitativa, para evitar la clasificación posterior de datos que siempre implica un ordenamiento a partir de categorías propias del

---

<sup>6</sup> Por supuesto que “actual” remite al momento de realización de las encuestas, previo a las últimas elecciones del 2 de septiembre.

investigador/a y pocas veces son respetuosas de la intención que declaman: plasmar la propia lógica de los entrevistados.

## 5) HITOS DE PERSPECTIVA. LA PROPIA VARA DE IDENTIDAD.

Volvamos al planteo original de estos hitos: si el *punto de vista del narrador* implica siempre un posicionamiento subjetivo sobre un referente concreto, cuando ese referente invita al relato autobiográfico y conecta con algún aspecto o trayecto de su vida personal, esa relación subjetiva se profundiza y es, precisamente, la riqueza de la perspectiva buscada por los etnógrafos.

Ahora bien, determinados tipos de personalidad no pueden escindirse de su propia vida para plantear una identidad social o institucional más amplia y abarcativa. Y de allí que el relato de vida deje poca reflexión respecto de una situación general más allá de las vivencias particulares. Pero también existe en los intelectuales una tendencia inversa, pero igualmente sesgada de falta de reflexión. Quienes se sitúan en su rol de mirar críticamente una realidad social más allá de sus experiencias, herederos tal vez de un mandato de objetividad científica o periodística que les impide inscribir –reflexiva pero comprometidamente- su perspectiva y su vivencia al relato de vida.

Así, cuando se pregunta por la identidad de una organización, de una carrera, de una ciudad o un pueblo, aún cuando todos han sido consultados desde sus experiencias y trayectos personales, quienes lo hacen en su rol de referentes intelectuales (porque se autoposicionan como tales o porque quienes los consultan les asignan ese rol) no consideran pertinente que algo de su propia biografía, trayecto de vida y tránsito personal puedan aportar a “pensar” la temática de la identidad.

En las **encuestas a la población** general de la ciudad, o a **grupos más anónimos** de una institución, aparece visibilizado y mucho más valorado el propio

tránsito de las personas en los comentarios: se destacan los lugares que sirven de orientación o de uso concreto en la ciudad. No por casualidad, el 44,09% de los encuestados menciona su propio barrio como principal lugar de circulación en la ciudad, y aparecen categorías como el recorrido de los colectivos y las avenidas como lugares de referencia. También hemos mencionado cómo en la encuesta se identifican las épocas de crisis y esplendor a partir de la figura que dirigía el gobierno en cada momento histórico. En otros casos, los textos leídos en una carrera universitaria y las anécdotas que aportan hechos no documentados de una organización son precisamente las que justifican la utilización de preguntas abiertas e indagaciones cualitativas, como la encuesta que hemos realizado sobre la identidad de Córdoba.

Las **entrevistas en profundidad a personalidades referentes** de una ciudad, institución o momento social indagado, con preguntas más amplias que convierten a algunos ítems en disparadores, pueden generar que cada comentario sobre la temática abra un mundo, una historia de vida con todas las apreciaciones que eso implica.

La diferencia entre los HITOS CONDENSADORES de identidad a partir de los discursos de los propios ciudadanos y protagonistas, es un planteo cualitativamente más complejo que los diseños de marca que emplean la búsqueda de estereotipos homogeneizantes para consolidar un único discurso de ciudad.

## CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA IDENTIDAD A INCLUIR EN UN DISEÑO DE MARCA CIUDAD

Si, como señalamos extensamente el SER CORDOBÉS, constituye un Hito de la identidad, las características que se le asocian deberían incluirse en cualquier diseño de marca de la Ciudad. En la Encuesta a población general, la pregunta abierta respecto de cómo son los cordobeses arrojó los siguientes parámetros.

### Característica de los cordobeses (espontánea)

El humor, la simpatía	40,85%
El ser divertidos, chistes, chispa, alegres	16,46%
La hospitalidad	13,41%
La solidaridad	4,27%
Picantes, pícaros, zafados, avivados, sociales, simpáticos piolas, buena onda, comunicativos, abiertos	3,96%
No sabe	2,74%
La tonada	2,44%
Bocones, agrandados, “deliran” con la Universidad	1,82%
La cultura general, conocer un poco de todo	1,52%
Amables, buenos, buena gente	1,52%
Ser trabajadores	1,22%
Rápida, inteligente	1,22%
Fallitos	1,22%
Charlatanes, vagos, cancheros, chantas	0,91%
Mal hablados	0,91%
La belleza	0,61%
Individualistas	0,61%
Cuarteteros	0,61%
Rebeldes	0,61%
Borrachos, toman vino	0,61%
Descuidados	0,61%

Familieros, apegados al terruño	0,61%
Pacientes	0,30%
Quedarse callados	0,30%
Simpleza	0,30%
Que aprenden, son atentos	0,30%

Los cordobeses se consideran a sí mismos gente de humor, simpática, divertida y con “chispa”. Tan extendida es esta percepción que más del 47% de las respuestas refiere a esa característica, y sólo después a mucha distancia se refieren a sí mismos como hospitalarios y solidarios.

Luego de la pregunta espontánea, se repreguntó con opciones, de acuerdo a descripciones testeadas en su momento a partir de la prueba piloto. Así aparecen las tres opciones más elegidas, por orden de mención, una vez leídas las posibilidades.

Características de los Cordobeses (primera opción).

Humor, simpatía	42,20%
Hospitalidad	12,54%
Solidaridad	10,40%
Ser divertidos	9,17%
La cultura general, conocer un poco de todo	5,50%

Características de los Cordobeses (segunda opción).

Ser divertidos	17,79%
Solidaridad	15,64%
Hospitalidad	14,42%
Humor, simpatía	12,58%
La cultura general, conocer un poco de todo	7,67%
Ser trabajadores	5,52%

Características de los Cordobeses (tercera opción).

Ser divertidos	14,11%
Solidaridad	11,04%
Rápida, inteligente	9,51%
Ser trabajadores	7,98%
Hospitalidad	7,36%
La cultura general, conocer un poco de todo	7,36%
Belleza	7,06%
Bocón, agrandado	6,13%
Humor, simpatía	5,52%

También cuando se los consulta con opciones de respuesta se mantiene esa percepción acerca del humor de los cordobeses: cuatro de cada diez lo mencionan en primer lugar, uno de cada diez en segundo lugar y casi uno de cada diez en tercer lugar. A lo que hay que agregar el “ser divertidos” que suma una mención, dos y una de cada diez en primer, segundo y tercer lugar respectivamente. Vuelven a aparecer la hospitalidad y la solidaridad como características a las que se agregan la cultura general, la inteligencia y el ser trabajadores.’

Es interesante aquí resaltar que varias de las características menos favorables a los cordobeses surgen precisamente de entre quienes no han nacido en la ciudad de Córdoba (básicamente quienes provienen de otras provincias).

El HUMOR y la TONADA son figuras características, rasgos típicos y hasta -a veces- caricaturescos de los cordobeses. Aún quienes cuestionan que la identidad no debe circunscribirse a estos aspectos, por considerarlos superficiales o anecdóticos frente a la solidez de otros, no pueden dejar de mencionarlos como los primeros que aparecen.

El HUMOR CORDOBÉS conlleva valores que exceden la significación clásica de "tener sentido del humor" frente a lo cotidiano (bromas, chistes, anecdotarios,

cuentos) sino que se concentra en "hacer humor". Se trata de una actitud cordobesa de reírse de sí, una actitud a la vez alegre y cuestionadora, sagaz y crítica, divertida e inteligente, rápida y observadora. Esa mezcla de rapidez y gracia para "hacer humor" con lo cotidiano, que permite a los cordobeses, como señala Cacho Buenaventura, sobrellevar las situaciones más duras y hacer un chiste con eso. Se trata de un humor lleno de motes, punzante pero no irrespetuoso. En este sentido, las entrevistas a los propios humoristas caracterizan el humor. Es el HACER HUMOR de cada situación y en cada momento que se está viviendo, es esa CAPACIDAD DE HUMORAR la que caracteriza al humor cordobés.

Este rasgo es mucho más que declamado, no se percibe sólo porque cada entrevistado/a o encuestado/a lo consigna como rasgo identitario. Se percibe también cuando al preguntar por los artistas más representativos, en una proporción mayor al 30% aparecen los humoristas. No se trata de un estereotipo de humor como el de Alberto Olmedo, rosarino en Buenos Aires, o Antonio Gasalla o los cabezas de compañías cómicas y teatros de revista en Buenos Aires, que proponen una gama de personajes y cuentos englobados en géneros, estilos, repertorios característicos de cada cómico (es fácil reconocer que un cuento es típico de Larry de Cley y otro de Jorge Corona, por ejemplo). Los humoristas y/o actores cómicos, son -detrás del personaje- personas que tienen distinta relación con el humor cotidiano, más bien con una imagen que ha trascendido de sí mismos como apesadumbrados (Alberto Olmedo y Jorge Porcel), huraños (Gasalla), serios en otros roles como la política (Larry de Cley, Enrique Pinti y Nito Artaza) e intolerantes (Jorge Corona), por tomar algunos ejemplos.

El humor cordobés en esta investigación se ha percibido también en una forma discursiva de plantear cualquier temática. En las entrevistas y en las encuestas, aparecen: la repregunta rápida y graciosa, el mecanismo de sacar de contexto una pregunta y relacionarla con la actualidad y noticias de último momento, los tonos impostados y demostró el modo en el que los cordobeses "hacen humor" con

cualquier situación. El poder de síntesis que significa encontrar en un todo esa particularidad capaz de hacer relaciones, motes, metáforas, analogías.

También como dato discursivo destacamos el hecho de consultar en una pregunta de la Encuesta por un chiste y recibir distintos implícitos: descripciones del tipo "*ese del borracho que va ....*"; o la generalización "*cualquiera cordobés*". No se trata de un pueblo con humor porque contenga un "repertorio de cuentos" sino porque tiene, en cualquier ciudadano, a un humorista potencial. Incluso una autocrítica del equipo con el que elaboramos esta encuesta a población general ha sido re-pensar si preguntar por un chiste en el Juego de Asociaciones para describir la Ciudad no era, finalmente, un modo "porteño" de pretender demostrar el humor de la población (dado que la experta principal es porteña).

Por todas estas características, a la hora de tomar **el HUMOR como aspecto principal de cualquier marca cordobesa** (como ciudad, como símbolo de producción, como campaña política, etc) es importante que estas características particulares se desplieguen. Ya que cuando, desde la alteridad de otra ciudad, se dice HUMOR, se remite a la propia cosmovisión de HUMOR, como rasgo universal del ser humano. Hay que incluir en cualquier definición de marca las características de chispa, espontaneidad, rapidez, criticidad, análisis, síntesis y necesidad de reírse de las propias vicisitudes, cuando se diga HUMOR CORDOBÉS.

Tanto el HUMOR CORDOBÉS como LA TONADA son **rasgos que se recomienda trabajar en forma transversal a cualquier soporte de marca**. Por ejemplo, en un audiovisual no podría estar ausente alguien hablando con la tonada cordobesa y alguna situación ilustrativa de humor, más que la mención explícita a esos rasgos como temas.

En este sentido, es interesante que el nombre de un programa periodístico, como *Córdoba con Acento*, haya quedado registrado entre los slogans recordados. La

idea del acento puesto sobre el nombre, del acento como modo de equiparar tonada y relevancia (poner el acento sobre quiénes somos).

A la vez, la tonada se complementa con otras características del habla, que incluyen algunos modismos -rasgos secundarios de cualquier identidad social- como:

- la denominación de "negro" como denominación generalizada al hablar con cualquiera (como podría ser otros contextos "hermano", "hombre", "flaco", "chabón"),
- la imposición de mote en general En las encuestas, cada vez que se menciona a una persona conocida, se hace con la familiaridad que da aplicar el "mote". Hubo que hacer una "investigación" para conocer el nombre de pila del "Lagarto" Guizardi, por ejemplo.
- los mote en femenino para los varones ("la" Mona Jiménez, la Vaca Potenza, etc.).

### **La Historia:**

Ocultar la historia es, en el caso de la Ciudad de Córdoba, un suicidio de marca. Profundizar los rasgos de personalidad, aunque sea como símbolos de otro momento y para generar circuitos turísticos, es un modo de robustecer la identidad. Borrar las huellas, detrás de una globalización estereotipada, siempre dejará a Córdoba en desventaja respecto de otras ciudades con mayores posibilidades económicas para realizar obras más importantes. En el caso específico del turismo extranjero, en cambio, armar un circuito que registre y revitalice las huellas de la historia, que bien podría llevar el nombre de La Docta como registro de esa misma historia, puede resultar más significativo y atrayente que un nuevo centro comercial o una apuesta gastronómica internacional.

**No se recomienda resignar el valor de La Docta como característica de marca.** Aún cuando no sirva para describir la realidad actual de la ciudad, se trata de un hito condensador muy contundente, en todas las entrevistas se remite a la docta como marca identitaria.

### El cuarteto:

Si bien asociar la identidad de toda una población con un ritmo musical es siempre un reduccionismo, hay algunos ritmos que tienen una identificación exclusiva y orgullosa de sus lugares de mayor difusión (el tango en Buenos Aires, el chamamé en Corrientes, la zamba en Salta, la cueca en Cuyo, etc.). En esos casos, no se registra cuál es la real aceptación del ritmo en la población local. De hecho, el tango en Buenos Aires está más destinado a turistas que al circuito local, hecho que no le quita al género musical del tango su inscripción de marca. Quienes, aún siendo porteños, correntinos, cuyanos o salteños, no son gustosos consumidores de la música característica de su lugar, tampoco se perciben especialmente afectados por recibir de otros una identificación con esos ritmos.

Sin embargo, la relación de los cordobeses con el cuarteto tiene otras características. Por ser un **ritmo vivo en la ciudad**, tiene grandes grupos de seguidores y también grupos –minoritarios, en un 11,28% en las encuestas a población- que opinan que *“podrían conocernos por cosas mejores, es una vergüenza que trascienda esa música”*.

El cuarteto, como hemos demostrado, está **muy arraigado** en la sociedad cordobesa y continúa siendo una música "usada" por la población. La población baila y canta cuarteto, que los integra a sus fiestas (como planteaba el empresario cuarterero Emeterio Farías, aún las clases sociales más altas no sólo bailan sino que saben las letras de las canciones de cuarteto y las cantan en cualquier fiesta).

Los bailes lideran las salidas juveniles y la concepción de los **bailes** es diferente por un lado a las bailantas, los boliches y las milongas... es una especial conjunción de música en vivo que tampoco tiene relación con un recital tradicional. Y crecen cuantitativamente cada nuevo fin de semana (como relata la "Mona" Jiménez).

Por esto, para integrar el cuarteto a una marca tendrían que existir dos operaciones: una cierta distancia de su uso general en la ciudad misma y una

apuesta especial para el afuera que desligue el ritmo característico, como género musical, más allá de las prácticas y usos concretos. Se podría pensar incluso en una música de fusión entre el ritmo cuartetero y de denominada música culta, para usarla como imagen sonora de la marca Córdoba Ciudad.

### **Rebelde o conservadora, pero politizada y polémica:**

Al ser consultados los cordobeses por si Córdoba es políticamente progresista, conservadora, radical o peronista, un 34,76 % de los encuestados manifiesta que "sigue la tendencia del país en cada momento histórico" y solo un 4,87%, por el contrario, que Córdoba va a contramano del resto del país. En las entrevistas la proporción se invierte: en general los entrevistados (en especial los historiadores y periodistas) se inclinan más por la particularidad de Córdoba que por la continuidad de una tendencia nacional o latinoamericana. "Córdoba da la nota", sintetiza Fabiana Dal Pra.

De todos modos siempre, en uno u otro sentido político, el apasionamiento y el vivir con participación y encarnadamente los hechos políticos. En este sentido, el slogan "Aquí tu corazón late más fuerte", si bien no tiene gran recordación porque fue utilizado para el turismo y no se consolidó como marca hacia dentro de la ciudad, resulta aún vigente.

**La Cañada** como lugar original, de tinte diferenciador de cualquier otra ciudad (reforzando la sensación de "única" que tienen los cordobeses de su ciudad al no poder compararla con ninguna otra), la **Cercanía de las Sierras**, el **Parque Sarmiento** y en general los **parques y plazas** como lugares de mayor circulación de los distintos grupos sociales, son hitos urbanos que deben incluirse también como rasgos principales en cualquier diseño de marca.

Asimismo, el **tamaño justo** (todo queda cerca, hay de todo, no hay tanta inseguridad, es un pueblo grande, no pierde la característica de aldea y tiene las comodidades de cualquier ciudad), ligado tanto a los factores geofísicos como a

su ubicación en el centro del país, cuanto a la cercanía de paisajes menos ciudadanos y una gran extensión pero sin excesiva construcción de edificios altos y consecuente alta densidad poblacional... hacen de Córdoba una marca especial de ciudad, distinta a cualquier otra del país.

## **CARACTERÍSTICAS SECUNDARIAS QUE PODRÍAN INCLUIRSE EN EL DISEÑO DE MARCA**

Al consultar por los distintos grupos sociales que transitan por la ciudad, aparece en la Encuesta a Población General un mayor reconocimiento de sitios y costumbres de **los jóvenes en la ciudad**, tanto para describir sus lugares de tránsito como para cuestionar su influencia negativa en la demanda de infraestructura de vivienda y en comentarios críticos respecto del ruido, la droga, la inseguridad, etc. Pero más allá de una y otra valoración de esta presencia –una vez más la tensión dual es en esta ciudad una huella de sentido- sí es evidente que existe **una ciudad joven**.

Esto refuerza un rasgo que tal vez pueda aparecer como más potente: la capacidad de la ciudad de recibir distintas poblaciones y contenerlas. No se trata de un fuerte cosmopolitismo –al estilo de lo que podría ser Buenos Aires con las inmigraciones extranjeras-, sino de una capacidad de contención de inmigración interna con mucha ligazón con la Universidad pero, a la vez, con una propuesta de vida cultural y nocturna, de diversión y de posibilidades de apropiación de los espacios mucho más fuerte. En este sentido, la idea de **ciudad abierta**, grande pero no expulsiva es otro elemento de marca que habría que incorporar (volvemos a la hospitalidad como autocaracterización de los cordobeses).

Esta apertura se ha registrado también en la amplitud de los **géneros musicales**, tal como se evidencia al proponer a los cordobeses que identifiquen a su ciudad con una canción. Si bien en esta analogía con una canción, aparece en primer lugar el *Soy Cordobés* de Rodrigo con un 19,02%, seguido por “cualquiera de la

Mona Jiménez”, (hecho que refuerza el cuarteto como característica principal de identidad) aparecen innumerables menciones a canciones folklóricas de distinto origen, así como otros géneros musicales arraigados, sin que aparezcan, en cambio, los top musicales de las discográficas comerciales internacionales.

Otro signo de apertura a la inmigración aparece en la asociación de la ciudad con **una comida**. Luego de una amplia adscripción al asado (más del 43% de las elecciones), el choripán y las empanadas (que también suman más del 30% en conjunto), que hablaría de una tradición típicamente criolla, se despliega una amplia variedad de comidas que habla de la **influencia italiana** (distintos tipos de pastas y salsas, pizzas, la bagna cauda, etc). que también debe entenderse como rasgo secundario de identidad.

La **religiosidad en un sentido amplio** también aparece como rasgo de la ciudad. En ese sentido, **la Catedral** como sitio más emblemático, la aparición de sacerdotes católicos y pastores evangelistas entre los intelectuales y de la Iglesia como institución prestigiosa, también dan un marco a la identidad poblacional. En las entrevistas, aún más centrado en la **historia jesuita** que en el presente, en la **tradición** que en el espíritu religioso más profundo (como afirman los sacerdotes), también es tema de mención de la identidad.

La **invisibilidad de las mujeres** antes mencionada también implica un rasgo secundario a tener en cuenta.

## **A LA HORA DE ELABORAR UNA CARACTERIZACIÓN DE MARCA**

La Encuesta a Población incluyó un Juego que consistía en relacionar a la Ciudad con un color, una planta, un animal, una institución, una persona, una canción, etc. Algunos de estos datos ya han sido expuestos en las relaciones de construcción identitaria. Algunos otros menos reflexivos nos sirven ahora para plantear algunas posibilidades de diseño.

Los colores con los que se relaciona mayoritariamente la ciudad son:

Rojo	31,19%
Verde	19,88%
Celeste	16,51%
Azul	15,29%

Luego, los colores mencionados (amarillo, blanco, negro, violeta, lila) no alcanzan guarismos significativos.

Si relacionamos estas tonalidades con la teoría del color que habitualmente se utiliza para el diseño de marca en relación a los rasgos que aparecen, podemos inferir que el **rojo**, se asocia con distintos aspectos de la indagación identitaria:

- La rebeldía, el espíritu revolucionario, impronta desde el propio nacimiento desobediente (y hasta su condición de hijo natural, según aclara Bischoff) de su fundador pero que se extiende en otros hitos históricos, como la Reforma Universitaria, el Cordobazo y la resistencia a la Dictadura del '76. Es interesante que si el color de la historia remitiera a las huellas mnemónicas de la conquista y de la influencia jesuítica, como los monumentos históricos, deberían tener mayor influencia el color beige y los colores pastel y tierra en general, con los que se asocian las películas de época, con los que se asocia también el "Otoño" de una de las canciones mencionadas como representativas (Córdoba en Otoño) y rescatada en las entrevistas (Cacho Buenaventura, por ejemplo, al decir que más que un lugar le gusta un tiempo en Córdoba: el otoño). Sin embargo, hay una mayor revitalización de las huellas más inmateriales –una posibilidad de construcción colectiva, un "espíritu revolucionario" – que las huellas concretas de otra parte de la historia.
- La pasión, característica sostenida también por los bailes, la simpatía, el apasionamiento y fanatismo (por lo propio y en general) al que remiten prácticamente todos los entrevistados y que se deduce de las respuestas

de los encuestados. En este sentido, el slogan “*Aquí tu corazón late más fuerte*”, que aparece poco recordado entre los propios cordobeses (tal vez también por haber sido aplicado a la difusión de turistas y no ha circulado mucho en la propia ciudad). Pero este apasionamiento bien puede tener en el rojo un lugar tradicional.

El color “verde” une a los sitios objetivamente verdes que tiene la ciudad, desplegando una diversidad de vegetación de la que da cuenta incluso la pregunta de asociar a la ciudad con una planta/ flor/árbol que disparó 56 respuestas diferentes (encabezados por la peperina, con el 14,68% de las menciones y la rosa con el 14,07%, desplegándose luego una gran dispersión de elecciones). Pero además vuelve a poner de relieve la cercanía con las sierras como elemento de identidad que los cordobeses incorporan a la ciudad.

Si unimos el celeste y el azul como paleta de colores, no tienen en este caso relación con el Río Suquía, ya que si bien las aguas no están tan contaminadas; el color tradicional de los ríos ligados a los marrones y el hecho de que el caudal del Suquía, escaso por temporadas, permite ver en algunos sectores el fondo de piedras, ratifica que su color no sea el azul, como ocurriría con el mar. Ahora bien, el celeste y el azul remiten a los **dos clubes de fútbol más reconocidos** por los cordobeses (Belgrano y Talleres) y, por esa vía al deporte con el que más ligan la ciudad (al asociar a la ciudad con un deporte un 70,86% de la población menciona el fútbol). Lo que no debería hacerse, en el empleo de colores que se decida, sería privilegiar uno sobre otro, ya que en el imaginario social del cordobés se complementan y explican uno al otro, como clásicos (Luis Juez explica que sería impensable en Córdoba hacer una cancha única como en la Ciudad de La Plata, por ejemplo, porque perdería el sentido de la mística futbolística popular).

En este sentido, se recomienda en el uso de marca rescatar el rojo y el verde como elementos básicos de cualquier diseño de logos. Tendría un plus de sentido esta utilización: el estereotipo de uso de estos colores para la Navidad, así como

la reminiscencia de la bandera italiana, se ligan con dos rasgos de la historia de la Ciudad: la religiosidad y una inmigración que ha dejado huellas en sus costumbres y música.

También en términos cromáticos es de destacar la **permanente tensión** que existe en relación a la definición identitaria. Por este motivo, se recomienda no concentrarse en un color o una línea cromática, hecho que hablaría de una cierta uniformidad y/o cohesión y/o acuerdo. Se recomiendan dos tendencias enfrentadas graficadas también a través del color, en el caso de pensar un logo de marca.

El **fernet** como bebida tradicional con la que se asocia la ciudad (un 43,43% de los cordobeses la eligen como bebida representativa de Córdoba, en algunos casos aclarando: fernet con cola) la convierten en un símbolo identitario en este rubro.

El **perro** también aparece primero al solicitar una asociación de la ciudad con cualquier animal (con el 57,19% de las menciones). Más que con el animal “perro” en sí mismo (luego aparecen el caballo con poco más del 11% de las menciones y el burro con el 7,03%) se percibe un **refuerzo de algunas características de los cordobeses** y varias menciones de éstos a la amistad (que aparecen al asociar a la Ciudad con una persona, por ejemplo, en la que esa persona es simplemente “un amigo”) y al tener amigos en la Ciudad como factor determinante para decidir vivir en ella.

Nuevamente y por diferentes caminos, el SER CORDOBÉS es, por un lado, un máximo común múltiplo, un concepto o sentido capaz (como es en los números el máximo común múltiplo) de incluir en ese valor superior todas las tensiones internas y las diferencias entre los cordobeses. Por otro lado y a la vez, se trata de un mínimo común denominador, una unidad mínima de sentido que enorgullece más allá de percibir como coyunturales, como accesorias o como superfluas todas

las características que tienen otros cordobeses (los políticos, los gobernantes, los que no hacen honor a Córdoba), más allá de “uno mismo”.

El abordaje de la identidad ha tenido en este estudio a población general los principales abordajes de rastreos identitarios en organizaciones y comunidades: la historia, los hitos espaciales condensadores de la historia y los tránsitos reales de esos espacios, el reconocimiento de sí y de los otros, la visibilidad social, la búsqueda de las representatividades, los gustos y las elecciones espontáneas. Las entrevistas en profundidad han complementado ese rastreo con hitos condensadores aportados por referentes y personas representativas de distintos ámbitos de la ciudad, que sumaron aspectos de la historia, las vivencias y los valores sociales nodales de Córdoba.

## BIBLIOGRAFÍA (orden alfabético):

BARTHES, Roland (1980): *Mitologías* – Editorial Siglo XXI, México. Traducción: Héctor Schmucler.

BERGER, Peter Y LUCKMANN, Thomas (2003): *La construcción social de la realidad* – Editorial Amorrortu – Buenos Aires. Original 1968.

BRIGIDO, Ana María: *Los estudiantes de la Universidad Nacional de Córdoba* – Estudios Nº 6 – Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba (junio 1995 – Junio 1996).

CICALESE, Gabriela (2004): *Resolver la diversidad en las organizaciones: entre el mínimo común denominador y el máximo común múltiplo* – Artículo Revista Perspectivas.

GOLLUSCIO, L. (comp.) (2002): *Etnografía del Habla. Textos Fundacionales* – EUDEBA - Buenos Aires.

JITRIK, Noé: *Tiempo, memoria, significación* – Revista Estudios Nº 16 – Otoño 2005 – Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba

PROGRAMA DE ESTUDIOS SOBRE LA MEMORIA (Univ. Nac. de Córdoba) (2003): *Miedos y Memorias en las Sociedades Contemporáneas* – Editorial Comunicarte y Núcleo Memoria IDES – Córdoba.

PEIRANO, Maritza (1994): *A favor da enografia* - En especial el Capítulo 4: *Artimanias do acaso*. Brasil.

RICOEUR, Paul (1996): *Sí mismo como otro. Siglo XXI de España Editores S.A.* - Primera edición en español. Original en francés 1990.

RICOEUR, Paul (2006): *Caminos del reconocimiento. Tres estudios* – Fondo de Cultura Económica – México. Original en francés 2004. Traducción de Agustín Neira.

SACKS, Harvey (1992): *Lectures on Conversation* – Oxford, Londres.

VAN DIJK, Teun A. (comp) (2000): *El discurso como Estructura y Proceso* – Estudios sobre el Discurso 1 - Gedisa – Barcelona.

## ANEXO I: Ficha Técnica y Cuestionario aplicado en la Encuesta a Población General

Se trabajó con una muestra de 327 casos por selección de manzanas al azar y cuotas de sexo y edad, según distribución poblacional, tomando entrevistados a partir de 18 años.

Se realizó un cuestionario estructurado que incluyó las variables siguientes:

*Espacios simbólicos y de uso cotidiano de los cordobeses:* aquí se incluyeron el lugar simbólico, el mas lindo, el más feo, los lugares de tránsito, los de referencia o hitos urbanos y los que se recomiendan a los turistas por imperdibles.

También se incorporaron los espacios de uso de diferentes grupos humanos: los jóvenes (en situación de estudio o de diversión) los jubilados, los intelectuales, las parejas, las familias con chicos, las amas de casa.

*Identidad histórica,* a partir de la memoria colectiva en el rastreo de *Momentos históricos buenos y malos de la ciudad* incluyendo las razones por las cuales se los considera de esa manera.

*Personas y personajes* influyentes o representativos de la ciudad, considerados desde diferentes segmentos y como mejor o peor representante, así como por asociaciones espontáneas (incluir una persona con la que se asocie la ciudad en el juego de relaciones).

*Características de la ciudad y de sus habitantes:* la primera también en relación con otras ciudades y con el interior provincial y las segundas también en relación a sus posicionamientos político– ideológicos.

*Variables relativas a la música del cuarteto, a las instituciones y empresas y recordación de slogans de la ciudad.*

La encuesta se realizó entre el 31 de julio y el 6 de septiembre de 2007 y se supervisó el 20% de los casos.

**CUESTIONARIO SOBRE  
TEMAS DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA**

Número de Cuestionario: \_\_\_\_\_  
Número de P.M. \_\_\_\_\_

**NOMBRE:** .....

**DIRECCIÓN:** .....

.....**Te:**.....  
**Encuestador / a:** .....

1) Si tuviera que aconsejarle a un turista aquello que no puede perderse de ver en la ciudad de Córdoba, ¿qué sitios recomendaría? (ESPONTÁNEA, MÚLTIPLE)

.....  
.....  
.....  
..... ( ) ( ) ( )

2) Y ud. personalmente, ¿por qué lugares de la ciudad transita la mayoría de los días? (ESPONTÁNEA, MÚLTIPLE)

.....  
.....  
..... ( ) ( ) ( )

3) Si Ud. tiene que indicarle a alguien cómo llegar de un lugar a otro lugar de la ciudad, ¿cuáles son los puntos de referencia que toma para orientarse?

.....  
.....  
.....  
..... ( ) ( ) ( )

4) ¿Cuál diría que es el lugar más lindo de la ciudad?

..... ( )

¿Y cuál el mas feo?..... ( )

¿Y cuál el lugar que mejor simboliza a Córdoba?.....  
..... ( )

5) Si tuviera que nombrar una característica de los cordobeses,

a) ¿cuál destacaría? (ESPONTÁNEA, ÚNICA)

b) De las siguientes características de los cordobeses, por favor dígame los tres que más destacaría, según la importancia que Ud. le da.

	a)	1ero.	b)	2do.	3ro.
humor, la simpatía	( 01)	( 01)	( 01)	( 01)	
la hospitalidad	( 02)	( 02)	( 02)	( 02)	
los buenos modales, educación	( 03)	( 03)	( 03)	( 03)	
la cultura general, conocer un poco de todo	( 04)	( 04)	( 04)	( 04)	
la solidaridad	( 05)	( 05)	( 05)	( 05)	
el ser divertidos	( 06)	( 06)	( 06)	( 06)	
la belleza	( 07)	( 07)	( 07)	( 07)	
ser trabajadores	( 08)	( 08)	( 08)	( 08)	

rápida, inteligente	( 09)	( 09)	( 09)	( 09)
individualista	( 10)	( 10)	( 10)	( 10)
falluto	( 11)	( 11)	( 11)	( 11)
bocón, agrandado	( 12)	( 12)	( 12)	( 12)
otra.....				
.....	( )	( )	( )	( )
NS / NC	( 99)	( 99)	( 99)	( 99)

6) ¿Cuáles son las diferencias entre la ciudad de Córdoba y el resto de la provincia?  
(ESPONTÁNEA)

.....  
.....  
..... ( ) ( ) ( )

7) A lo largo de la historia de la Argentina muchos cordobeses tuvieron un lugar protagónico en el país. a) ¿Cuál de ellos le parece que ha sido el que dejó mejor representada a la Ciudad?

..... ( )  
b) ¿Y el que la dejó peor representada, siempre hablando de la Ciudad de Córdoba?  
..... ( )

8) Políticamente, Ud. diría que Córdoba es (GUIADA, ADMITE RESPUESTA MÚLTIPLE):

básicamente radical	( 01)
básicamente peronista	( 02)
sigue la tendencia del país en cada momento	( 03)
es contraria a la tendencia del país en cada momento	( 04)
con una tendencia progresista, reformista, de avanzada	( 05)
con una tendencia más bien conservadora	( 06)
otra: _____	( )
NS / NC	( 99)

9) Hablando de los artistas, ¿cuál cree que representa mejor a Córdoba?

..... ( )  
¿Y de entre los deportistas? ..... ( )  
¿Y de entre los periodistas? ..... ( )  
¿Y de entre los empresarios? ..... ( )  
¿Y entre los escritores/ intelectuales? ..... ( )  
¿Y entre los humoristas? ..... ( )

10) Independientemente de su preferencia, entre ..... y ..... ¿Cuál es el más representativo de la ciudad de Córdoba?

					Ambos	Ninguno	NS/NC
Mona Jiménez	(1)	Rodrigo	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
Talleres	(1)	Belgrano	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
La Cañada	(1)	El río Suquía	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
La Voz del Interior	(1)	LV 3	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
Banco Provincia	(1)	Banco del Suquía	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
La esquina del correo	(1)	La Casa Radical	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
Barrio Alberdi	(1)	Barrio San Vicente	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
Canal 10	(1)	Canal 8	(2)	Canal 12	(3)	(4)	(5) (6)
El Teatro San Martín	(1)	El Orfeo	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)
El Chateau Carreras	(1)	Atenas	(2)	Otro _____	(3)	(4)	(5) (6)

10) La música con la que se reconoce básicamente a Córdoba en el resto del país es el CUARTETO. En relación con esta música, ¿con cuál de estas frases está más de acuerdo? (RESPUESTA ÚNICA)

- Es lógico que así sea, es la música tradicional como la zamba en Salta, el chamamé en Corrientes y el tango en Buenos Aires ( 1)
- Podrían conocernos por cosas mejores, es una vergüenza que trascienda esa música ( 2)
- Me gusta que nos reconozcan por nuestra música popular y auténtica ( 3)
- Cuando los cuartetos triunfan fuera de Córdoba se desvirtúa lo que realmente es el cuarteto. ( 4)
- NS / NC ( 9)

11) En relación a esta identificación de Córdoba con el cuarteto, ¿cómo completaría la siguiente frase?

El cuarteto es sólo una parte, habría que rescatar mucho más de la Ciudad de Córdoba, como \_\_\_\_\_ por ejemplo.....

.....( ) ( ) ( )

12) ¿Recuerda el nombre de empresas o marcas características de la ciudad de Córdoba? Por favor, mencione algunas (ABIERTA MULTIPLE ESPONTÁNEA)

.....  
 .....  
 .....  
 ..... ( ) ( ) ( )

13) Si tuviera que comparar a Córdoba con otra ciudad de Argentina o del mundo, aunque no las conozca más que por fotos, televisión o referencias, ¿A qué ciudades diría que se parece Córdoba? (ESPONTÁNEA, MÚLTIPLE)

..... ( )  
 ..... ( )  
 ..... ( )

14) ¿Qué características tiene Córdoba como ciudad? (MÚLTIPLE)

- Universidad ( 01)
- Cercanía de paisajes lindos como las sierras ( 02)
- Lugares históricos de valor ( 03)
- Vida cultural ( 04)
- La gente distinta / es cosmopolita ( 05)
- Religiosidad ( 06)
- Los bailes ( 07)
- El tamaño justo ( 08)
- Industrial y de avanzada ( 09)
- Otra: \_\_\_\_\_ ( )
- NS / NC ( 99)

15) ¿Diría que Córdoba es un buen lugar para vivir?      Sí    (1)    NO    (2)

¿Porqué?.....  
 .....  
 ..... ( ) ( )

16) ¿Cuál considera Ud. que fue el mejor momento de la historia de la Ciudad de Córdoba?

..... ( )

¿Qué cree que cambió o se perdió desde entonces?

..... ( )

17) ¿Y cuál considera Ud. que ha sido la peor crisis en la historia de la Ciudad?

..... ( )

¿La recuerda/ la vivió? (1) ... o se la contaron? (2)

¿Por qué cree que sucedió? ..... ( )

18) ¿Cree que en los últimos 10 años han existido cambios en las características de la Ciudad en cuanto a...?

	Mejóro	No cambió Siempre estuvo bien	No cambió Siempre estuvo mal	Empeoró	NS / NC
El tamaño	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
El tipo de la gente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Limpieza / higiene urbana	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Los espacios verdes	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Calidad de sus servicios	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Educación	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Seguridad	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Vías de Acceso	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

19) Se han difundido muchos slogans respecto de Córdoba, ¿cuáles recuerda ligados a la Ciudad?

.....  
.....  
.....  
..... (     ) (     ) (     )  
¿Cuál le gustó o le gusta más?  
..... (     )

20) ¿Cuál diría que es en la Ciudad de Córdoba un lugar donde van o se juntan ....

Los jóvenes que estudian ..... (     )  
Los jóvenes cuando salen a divertirse ..... (     )  
Los intelectuales ..... (     )  
La gente que tiene dinero ..... (     )  
La gente que no tiene mucho dinero ..... (     )  
Las amas de casa cuando salen a pasear ..... (     )  
Las parejas ..... (     )  
Los jubilados ..... (     )  
Las familias cuando salen a pasear con chicos ..... (     )

21) Proponemos un juego. Relacionar a la Ciudad de Córdoba con:

Una comida ..... (     )  
Una bebida: ..... (     )  
Un color: ..... (     )  
Un animal: ..... (     )  
Un árbol / planta / flor / hierba: ..... (     )  
Un juego / deporte: ..... (     )  
Una persona: ..... (     )  
Una institución: ..... (     )  
Una canción: ..... (     )  
Un chiste.....  
.....  
..... (     )

### DATOS DE CLASIFICACIÓN

- ¿Nació en la ciudad de Córdoba?   Sí   (1)   (PASE A "SEXO")                      No   (2)
- ¿Dónde nació?  
Otra ciudad de la provincia   (1)            Otra provincia            (2)                      Otro país                      (3)
- ¿Cuánto tiempo hace que vive en la Ciudad de Córdoba?  
Menos de 5 años                      (1)                      Entre 5 y 10 años                      (2)  
Entre 10 y 20 años                      (3)                      Más de 20 años                      (4)
- SEXO                      Mujer   (1)                      Varón   (2)
- EDAD
- Máximo nivel de estudios cursados  

	Encuestado/a	Jefe de familia
Primario incompleto	(1)	(1)
Primario completo o Secundario incompleto	(2)	(2)
Secundario completo	(3)	(3)
Terciario o Universitario incompleto	(4)	(4)
Universitario Completo	(5)	(5)
Postgrado universitario	(6)	(6)
- ¿En qué trabaja?  
.....(   )  
¿en relación de dependencia?   Si (1)   No (2)   ¿tiene empleados a cargo? N°.....
- ¿Y en qué trabaja el jefe de familia?  
.....(   )  
¿en relación de dependencia?   Si (1)   No (2)   ¿tiene empleados a cargo? N°.....