

Archipiélagos promotores de cambios.

Análisis espacial de Dinosaurio Mall

Recibido para evaluación: 24 de Marzo de 2009
Aceptación: 27 de Abril de 2009
Recibido versión final: 30 de Abril de 2009

Noemí Fratini¹
Silvia Nieto²

RESUMEN

Durante las últimas décadas, las ciudades posindustriales latinoamericanas se han constituido como nodos de la red mundial. La apertura de sus economías nacionales, posibilitó que algunas de estas ciudades se conviertan en los lugares preferidos para la localización de funciones y actividades de enlace con las redes globales de carácter comercial, productivo, financiero y cultural.

Estos espacios urbanos avanzan progresivamente hacia polos segmentados de desarrollo que se manifiestan en la sociedad a través del acceso diferencial a bienes y servicios, surgiendo una dualidad espacial, aparentemente planteada, entre el espacio público y privado, y promoviendo fenómenos de exclusión o inclusión en una tensión permanente. Así se configuran en archipiélagos promotores de cambio y sujetos a diversas dimensiones de análisis.

Para interpretar este fenómeno en relación a la inversión de capital, se ha seleccionado como territorio de análisis, un área del sector noroeste de la ciudad de Córdoba, Argentina. Se trata de un complejo comercial de gran magnitud y significación simbólica para la ciudad: Grupo *Dinosaurio*.

El presente trabajo ensaya una aproximación exploratoria para identificar las tensiones producto de los conflictos por el avance en el espacio urbano de inversiones en espacios segmentados, promotores de cambio y su relación con el espacio público- privado, y la consecuente segregación socio- espacial.

PALABRAS CLAVE: Ciudades posindustriales, Archipiélagos de cambio, Espacio público, privado, semi- público y semi- privado.

ABSTRACT

During the last decades, the post industrial Latin American cities have become important economic centers in the world. Their integration into the world economy helped those cities become in the favorite places for the linking functions and activities to the world nets of commerce, productions culture, etc.

These urban centers which are expanding gradually into segmented developing areas have caused an apparent space duality between the private and public activities as it can be seen though the differential access to goods and services by the society.

At present, there has been an increase in cultural activities which form change promoting archipelagoes subject to several dimensions of analysis.

The inequity in the distribution of economic and educational resources causes unequal ways of access to *consumption* of these areas of cultural production, and of goods and services, what gives place to situations of social exclusion and inclusion.

To understand this fact related to money behavior, we have selected an area situated in the northwest of Córdoba capital city, in Argentina, which is a shopping mall called *Dinosaurio Group*.

In this essay we present an exploration into the conflicts caused to the cities through the expansion of the segmented urban centers, promoters of change, and its relationship with the public and private space.

KEY WORDS: Postindustrial cities, Promotional archipelagoes of change, Public, private, semi-public and semi- private space.

1 Profesora de Geografía. Escuela Nacional Alejandro Carbó. Córdoba.

2 Profesora de Geografía. Escuela Nacional de Profesores Dr. Alejandro Carbó. Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba.

nsfratini@hotmail.com
silvinieto@gmail.com



1. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas del siglo XX, las ciudades posindustriales latinoamericanas se han constituido como nodos de la red mundial de ciudades globalizadas. Al generalizarse la apertura externa de las economías nacionales, algunas de estas ciudades se constituyeron en los lugares preferidos para la localización de las funciones y las actividades de enlace con las redes globales de carácter financiero, comercial, productivo y cultural.

En consecuencia, fueron afectadas por profundas transformaciones que alteraron muchas de las funciones que las habían caracterizado en el período anterior, más relacionadas con la integración y gestión de sus respectivos espacios internos. En este escenario, la desregulación se sitúa como una política funcional y necesaria a la globalización.

Es así que las ciudades posindustriales latinoamericanas se muestran en una situación de desigualdad, donde los procesos productivos generados por la economía de mercado a escala global impactan en el territorio local, banalizando el mismo.

La difusión de las nuevas pautas de organización territorial en el interior de las ciudades tiende a aumentar la segregación interna, produciéndose, por una parte, una fuerte concentración de inversiones de capital en ámbitos considerados como espacios estratégicos a nivel urbano y, por otra, un relativo abandono de amplias zonas residuales (Torres et.al, 1996).

Estos espacios urbanos evolucionan progresivamente hacia polos segmentados de desarrollo que se manifiestan en la sociedad a través del acceso diferencial a bienes y servicios, y surge una dualidad espacial aparente entre el espacio público y el espacio privado. Esta dualidad debe analizarse para alcanzar conceptualizaciones que puedan dar cuenta de nuevas realidades y nuevas identidades espaciales como el surgimiento de los espacios semi- públicos y semi- privados.

Actualmente se observa un surgimiento de polos de desarrollo económico, asociado a las actividades de producción cultural. Estos espacios se constituyen en archipiélagos promotores de cambio y sujetos a diversas dimensiones de análisis.

La inequidad en la distribución de los recursos económicos y educativos determina desiguales formas de acceso al *consumo* de estos espacios de producción cultural, y de *consumo* de bienes y servicios, promoviendo fenómenos de exclusión o inclusión en una tensión permanente.

La importancia que adquieren los fenómenos estético- culturales y políticos, a partir de un cambio en los procesos de producción económica, se vincula al comportamiento del capital. Tal como afirma Harvey, «cada vez más áreas de la vida cultural se incluyen en la lógica de la circulación del capital y del dinero, porque el capitalismo es expansivo e imperialista» (Harvey, 1989).

Actualmente la ciudad de Córdoba en Argentina puede ser considerada a nivel subnacional, como un aglomerado urbano que se integra funcionalmente con otras ciudades, incluso más allá de las fronteras de sus propios países, conformando regiones virtuales (Boisier, 1994, en Tecco, 1999: 135).

Para comprender este proceso vinculado al comportamiento del capital, se ha seleccionado un recorte del territorio, localizado en el sector noroeste de la ciudad de Córdoba. Se trata de un archipiélago promotor de cambio en un centro comercial de gran magnitud y significación simbólica para la ciudad: el llamado *Dinosaurio Mall*, situado sobre el eje de la avenida Rodríguez del Busto.

El presente trabajo se propone analizar este complejo como un espacio semi- público generador de tensión y promotor de prácticas fragmentadas y de exclusión o inclusión económica, social y cultural. Intentará identificar las tensiones producto de los conflictos por el avance en el espacio urbano de inversiones en espacios segmentados, promotores de cambio y su relación con el espacio público- privado con la consecuente segregación socio- espacial.

Se trata de un abordaje exploratorio sustentado en la observación in- situ y la recopilación bibliográfica para reflexionar y discutir sobre un proceso urbano reciente cuya presencia no alcanza solo a las ciudades latinoamericanas, sino que se replica en otras ciudades del mundo.

2. APROXIMACIONES TEÓRICAS. LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

A partir de la lectura de algunos autores que trabajan el concepto de espacio, *espacio público y espacio privado*, se han seleccionado diversas conceptualizaciones, identificando heterogéneas miradas sobre la dualidad espacio público- espacio privado. Estas conceptualizaciones facilitan la comprensión y explicación de cambios recientes operados en ciertas áreas urbanas.

D. Harvey (2003) valora la importancia del espacio para la comprensión de los procesos sociales, las desigualdades entre los territorios y la percepción del medio en que se desarrolla la vida de los individuos. El espacio considerado como un producto social (Santos, 1996, 2000) adquiere diversas formas en función del comportamiento de la sociedad y de sus acciones o actividades económicas.

En este sentido, Harvey (2003) afirma que es posible «regenerar el territorio para recrearlo como nuevo paisaje cívico donde todos podamos desarrollar nuestras plurales capacidades de interacción corporal». El autor se interesa también por la lógica espacial de la cultura en el capitalismo tardío y señala que «La principal condición de la posmodernidad es el triunfo de la estética sobre la ética como preocupación en el plano social e intelectual. El empleo de fuertes campañas de relaciones públicas, dando gran importancia a la imagen y a la forma frente al mensaje y al contenido, demuestra el gran peso de la estética y de la vida cultural y política en la posmodernidad que responde en primera instancia a un carácter dominante de la economía flexible».

«Las crisis de hiper acumulación dan lugar a fuertes movimientos estéticos además de nuevas soluciones espacio- temporales» (Harvey, 1989). Esta nueva cultura posmoderna, fractal y yuxtapuesta, supone la aparición de nuevos estilos de vida. La importancia que adquieren los fenómenos estético- culturales y políticos, a partir de un cambio en los procesos de producción económica, se articula al comportamiento del capital.

El giro cultural experimentado por las sociedades desarrolladas en los últimos decenios supuso una transformación de su modo de emplazarse sobre el espacio, y es en el ámbito urbano donde los criterios de mutación posmoderna son más fácilmente identificables. Estos aspectos son consecuencia de la importancia que adquirió la cultura como industria en las estrategias y procesos de (re)construcción de la ciudad. Actualmente se emprenden proyectos de reinversión en todos aquellos espacios urbanos ya existentes que tenían una baja rentabilidad (ejemplo: construyendo instalaciones culturales, etc.) y muy a menudo estos procesos tienen lugar con perjuicio de los vecinos de la zona (Sarquis, J., P. 1999: 30).

Examinar las transformaciones actuales de lo público- privado en un contexto específico, como la ciudad, permite comprender el desdibujamiento que ellas experimentan en relación con su territorio originario, provocando profundas incertidumbres. Es interesante observar cómo los estilos de publicidad homogeneizan a ciudades con historias diversas.

No obstante, emergen nuevos modos de articular lo público y lo privado en los grandes centros comerciales, en los countries, en los barrios privados, etc., que prometen la seguridad por el hecho de ser privados. Por ejemplo, en los hipermercados, se reordenan los vínculos entre consumo y vida urbana, entre centro y periferia de la ciudad.

Ante estos nuevos procesos en la configuración de la ciudad posindustrial, es necesario construir nociones intermedias que puedan mostrar la realidad de manera aproximada. Así, las nociones de semi- público y semi- privado son útiles para nombrar las oscilaciones entre los extremos de esta pareja inestable (García Canclini, 1996): público- privado.



Según Canclini, «en el modelo económico liberal, se distingue lo público como la administración estatal y lo privado como la economía de mercado. También persiste el enfoque de la virtud republicana que considera el dominio de lo público en términos de comunidad política y ciudadanía, en oposición al Estado: así se viene usando en las reivindicaciones de la sociedad civil que buscan la recuperación de lo público ante el despotismo estatal, por ejemplo más recientemente al cuestionar a las dictaduras latinoamericanas» (García Canclini, 1996).

Por su parte, al referirse al espacio público, Keane (1995) plantea que es un «un tipo particular de relación espacial entre dos o más personas conectadas por ciertos medios de comunicación, (televisión, radio, satélite, fax, teléfono, etc.), en la cual irrumpen controversias no violentas, por un período de tiempo breve o más extendido, referidas a relaciones de poder que operan dentro de su medio de interacción y/o dentro de medios más amplios de estructuras sociales y políticas en las cuales los disputantes están situados».

Keane acepta que no hay una sola esfera o vida pública, sino «un mosaico complejo de esferas públicas de diferentes tamaños, sobrepuestas e interconectadas». Propone distinguir las y pensar sus conexiones en tres escalas: en primer lugar, esferas *micropúblicas*, casi siempre correlativas a espacios locales; en segundo lugar, esferas *mesopúblicas* que comprenden millones de personas interactuando al nivel del Estado- nación; y por último, esferas *macropúblicas* que ponen en relación a centenares de millones de personas involucradas en disputas de poder de alcance supranacional y global. Cabe agregar que estas tres esferas de lo público interactúan entre sí y con los ámbitos privados, a los que vuelven muy porosos.

Canclini (1996) destaca que «se observa hoy, una distribución inequitativa de las instituciones culturales en el espacio urbano y de los circuitos mediáticos según los niveles económicos y educativos, que provoca nuevas formas de desigualdad en el acceso: entre quienes asisten a espectáculos públicos y quienes se repliegan en el consumo doméstico».

La reorganización del espacio urbano generada por la industrialización y la transfiguración de las comunicaciones y las interacciones promovidas por las industrias culturales, suscitan nuevas formas de multiculturalidad, nuevas modalidades de articulación entre lo público y lo privado.



3. NUEVAS FORMAS Y FUNCIONES URBANAS

3.1. Un contexto: Córdoba

En el contexto del capitalismo tardío, América Latina y en este caso Argentina se incorporan a la mundialización capitalista con la reforma del Estado de la era menemista iniciada en 1990. Esta reforma, entre otras tantas cuestiones, agiliza la circulación del capital y el desarrollo de mega- emprendimientos inmobiliarios. Este proceso origina una reorganización del espacio urbano que se puede observar en la ciudad de Córdoba, con la instalación de nuevos objetos urbanos como: shoppings, centros comerciales, hipermercados, hoteles de cinco estrellas, countries, barrios cerrados, etc.

A medida que la ciudad se expandía y se especializaba funcionalmente, se dispersaron por la urbe los nuevos objetos urbanísticos que se localizaron en lugares que concentraban los mejores factores de localización.

3.2. Un caso: el Grupo Dinosaurio

3.2.1. Localización

El Grupo Dinosaurio es un emprendimiento inmobiliario emplazado en el sector noroeste de la ciudad de Córdoba sobre ejes viales que conectan tanto con el centro de la ciudad como

con el área de mayor dinamismo, agrupada sobre la Av. Rafael Núñez y Recta Martinoli. Además se localiza aproximadamente a quince minutos del aeropuerto internacional que conecta la ciudad al mundo.

El complejo del Grupo Dinosaurio se instala en un predio que ocupaba la fábrica Iggam, industria dedicada a la fabricación de morteros¹, que debía relocalizarse² por quedar rodeada de áreas residenciales, producto del crecimiento urbano. Estos nuevos vacíos urbanos generaron degradación en la zona y promovieron la especulación inmobiliaria que fue aprovechada por inversores locales.

En la primera imagen, puede advertirse la densificación de la trama urbana donde prevalece la morfología reticular modificada por los ejes viales más importantes y que determinan áreas diversas. Además, puede observarse que por la edad de la imagen satelital, solo figura la primera etapa del área residencial del complejo. Contiguo al mismo, se observa un bosque que recientemente ha sido ocupado por la segunda etapa del country de altura, de la construcción del hotel y ampliación del shopping.



Imagen 1. Localización del complejo Dinosaurio Mall. Distribución de los objetos geográficos que componen el Dinosaurio Mall (Parque Milénica, sector shopping y superdomo Orfeo) y otros objetos urbanos de relevancia en el sector como Hipermercado Libertad y hospital provincial Neonatal. Fuente: Google Earth. 08-01-08. 12.50 hs

El lugar del emplazamiento es un lugar repleto de rugosidades industriales (Imagen 2) que ahora deben reinterpretarse en un marco «pos». Así, a la izquierda, la chimenea de la antigua fábrica Iggam y hacia la derecha, el tanque de agua de la misma fábrica quedan como testigos articuladores de antiguos y nuevos usos del suelo, aunque con funciones diferentes. Detrás de la construcción del sector de restaurantes y salones de eventos, una cortina de eucaliptos también sobrevivieron a las transformaciones de lo que fue un pequeño bosque urbano. En la torre de iluminación, está una imagen de lo nuevo: la tarjeta de crédito Dino, emblema del paquete financiero del Grupo. Esta estrategia publicitaria apela a la posibilidad de mayor consumo, rasgo particular de la comercialización de los medios electrónicos de compra característicos del capitalismo posindustrial.

1. Fuente consultada: www.iggam.com. Esta planta industrial cuenta con sedes también en Buenos Aires y Tucumán. Actualmente el grupo inversor estudia la posibilidad de abrir otra planta en México.

2. La relocalización se realiza en el Parque Industrial Ferreira, al sur de la ciudad.

Imagen 2. Dinosaurio Mall y su iconización

Fuente: archivo personal



3.2.2. Historia y refuncionalización

El Grupo Dinosaurio fue fundado en agosto de 1998 por empresarios cordobeses con amplia trayectoria y experiencia en hipermercadismo³ y centros comerciales, materia en la que fueron pioneros. Así, de alguna manera, contribuyó a la transformación urbanística y económica de importantes ciudades del país como Córdoba. Con la formación del Grupo Dinosaurio, se abren nuevos focos de actuación empresarial. Para llevarlos a cabo, el Grupo adquiere el predio de la ex fábrica Iggam, colindante con el supermercado libertad. La devaluación económica acaecida en 2001 demoró el proyecto que se reinició cuando se superó la crisis⁴.

La empresa orienta sus actividades hacia tres grandes divisiones de negocio: la inmobiliaria, con la adquisición, administración y explotación de proyectos inmobiliarios propios; la división comercial y de servicios que busca innovar en materia de centros comerciales; y por último, la división de espectáculos que se orienta hacia la producción de eventos y espectáculos culturales, musicales, artísticos y deportivos tanto nacionales como internacionales en su estadio cubierto Orfeo Superdomo.

La ordenanza municipal 9843 de 1998, en su artículo 30⁵, permite enmarcar a los inversionistas el proyecto bajo el concepto de *hipercentros*, es decir como un complejo comercial de gran magnitud integrado por:

- Un supermercado de venta minorista y/o mayorista, con sistema autoservicio y registro de ventas por medio mecánico- electrónico;
- Un conjunto de locales minoristas y/o mayoristas para la venta de productos, prestación de servicios, actividades recreativas, culturales, deportivas o similares, cuya superficie supere el 50% de la superficie total del supermercado;
- Un terreno de superficie mayor a 10 hectáreas.

3. Dicha trayectoria se origina en 1985 con Libertad, una empresa cordobesa de capitales y management familiar que en tiempo record se expandió por el interior del país y fue vendida en 1998 al grupo francés Casino.

4. A fines del 2004, el Grupo Dinosaurio había invertido 100.000.000 de pesos (Información brindada por cityeconomika.com). De acuerdo a la revista Punto a Punto (on Line) con fecha 11 de diciembre de 2007, la empresa habría crecido en un 160% con relación al período 2004-2005 (www.puntoapunto.com.ar)

5. http://www.cordoba.gov.ar/cordobaciudad/principal2/default.asp?r=56_9

La zona de emplazamiento del proyecto viene transformándose desde 1995. Sin embargo los grandes cambios ocurren en 2002 cuando se concluyeron las torres Parque Milénica y en el 2003, con la apertura del Dinosaurio Mall. Con estos nuevos objetos urbanos, se comienza a definir una nueva identidad del área.

A mediados del año 2003, el Mall presentaba dos funciones claramente definidas: comercio y entretenimiento, y se hallaban en ejecución las otras etapas del conjunto edilicio. De este modo, el área se constituyó en uno de los sectores más importantes y dinámico de la capital cordobesa en materia de inversión inmobiliaria.

Forma parte del predio un auténtico Mall a la americana con un supermercado, que para captar los segmentos medios y medios-altos del mercado local, ofrecía productos de primeras marcas, y de hecho se le asignó la denominación «Primeras Marcas». Contó también con un gran sector de indumentaria, una librería con espacio para cafetería y para muestra de arte; un complejo gastronómico, un gimnasio, un parque de diversiones, un patio de comidas y locales comerciales con marcas de primer nivel. Todo está en una superficie que excede largamente los 50.000 metros cuadrados.



3.2.3. El paquete de negocios

Uno de los objetivos primordiales de la empresa es la continua diversificación de su cartera de negocios, que se evidencia en los emprendimientos actuales, los cuales no son necesariamente contiguos en el espacio y se pueden agrupar en los siguientes rubros o paquetes:

Hotelero: en junio del año 2007, se inauguró la nueva unidad de negocios de Dinosaurio S.A., el Orfeo Suite Hotel. Así, se termina de plasmar el proyecto del Grupo Dinosaurio, que se había iniciado hacia casi 5 años, con la puesta en marcha del Orfeo Superdomo, el estadio cubierto más grande del interior del país y la construcción de las Torres Milénica, el primer barrio cerrado en altura en Córdoba. Orfeo Suite Hotel se presenta como un hotel de tres estrellas superior. Fue concebido bajo un concepto ágil e innovador, dotado de la última tecnología, diseño de vanguardia, confort, seguridad y staff de profesionales. Tiene una superficie total de 3.300 m² cubiertos, divididos en planta baja y tres pisos, y demandó una inversión de 13 millones de pesos⁶.

- Textil: el Grupo asume el diseño de prendas con la marca que pertenece a Dinosaurio, denominada Joaquina, y estas prendas se encuentran en las Tiendas Karmya y Vesta. Si bien la producción está terciarizada a proveedores de Buenos Aires y Córdoba, la estrategia es crear un taller propio con el objetivo de confeccionar 15.000 prendas por temporada. El emprendimiento responde a la filosofía de la empresa: «la marca crecerá a medida que Dinosaurio se expanda».

- Bursátil: el Grupo Dinosaurio hizo un acuerdo con la Bolsa de Comercio de Córdoba y el Mercado de Valores para tratar de potenciar el mercado de cheques diferidos en Córdoba. «Ésta va a ser una excelente alternativa para que los inversores tengan donde destinar sus ahorros y para las empresas que necesiten financiarse», indicó Euclides Bugliotti, director del Grupo Dinosaurio, la empresa cuyos cheques, desde ahora, se podrán negociar en el Mercado de Valores de Córdoba. El pago de los cheques estará avalado por algunos de los emprendimientos del Grupo como Fideicomiso Milénica (de 100 millones de pesos) y Alto Lunlunta, el country de Dinosaurio en Mendoza.

- Financiero: desde septiembre de 2007, se puede utilizar la tarjeta Dino en alianza con el Banco Comafi, como emisor y con MasterCard, como procesadora. Tiene dos opciones, la MasterCard Internacional y la Gold, y puede utilizarse en todos los comercios habilitados para operar con MasterCard, que son 22 millones en el mundo.

- Comercial: El Grupo Dinosaurio inauguró en diciembre de 2007, el primer Dino Express, un complejo comercial ubicado en los terrenos del ex- Molino Letizia, cerca de la terminal de ómnibus y frente al complejo Milénica Universitaria que el Grupo desarrolla en una zona muy dinámica de la ciudad de Córdoba, como lo es el barrio de Nueva Córdoba, próxima al centro histórico de la urbe.

6. José López, gerente general del Orfeo Suites, explicó hacia dónde apuntan con el nuevo proyecto: «queremos captar a la gente que venga a hacer negocios. Tenemos una ventaja enorme, por el complemento que lograremos con todo lo que ofrece el mall». Y agregó: «de todas formas, cuando haya algún evento grande en Córdoba, vamos a captar parte del público que antes se quedaba sin hotel». www.grupodinosaurio.com.ar



- Inmobiliario: esta división comprende diferentes desarrollos urbanísticos, como la construcción de un Superdomo Orfeo en la Capital Federal, para lo cual requiere la asistencia del Estado a fin de localizar el complejo en un lugar de la ciudad donde las tierras tengan una valuación creciente. El planteo de este emprendimiento expresa la articulación entre lo público (de poder público estatal) y lo privado (de proposición de emprendimiento e inversión).

Otro desarrollo se relaciona con la construcción de un master- plan en la ciudad de Las Heras en Mendoza, que integra un centro comercial (Dinosaurio Mall), un complejo de torres de departamentos (Parque Milénica), un estadio cubierto (Orfeo Superdomo), un hotel (Orfeo Suites Hotel) y oficinas comerciales (Office Mall), con una superficie de 36 hectáreas de terreno, cuya ejecución está en marcha replicando el modelo implantado en la ciudad de Córdoba.

Para integrar, monitorear y ejercer el control de los emprendimientos mencionados, toda empresa en este modelo de acumulación posfordista debe acudir a desarrollos tecnológicos avanzados y de elevada especialización. A través de la modalidad de terciarización de servicios, se contrató a una empresa de informática para relevar las unidades de negocios con el objetivo de alcanzar una fácil interconexión entre las aplicaciones existentes y aquellas por incorporar. La integración de negocios se reflejó en una optimización de sus recursos, con

autonomía en cada unidad pero articulados y con la posibilidad que el área de gerencia cuente con datos on line, unificados y centralizados para la toma de decisiones del Grupo Dinosaurio. Esta modalidad de manejo de recursos, sustentada en las innovaciones tecnológicas, es facilitadora de la dispersión territorial del capital y su rápida multiplicación.

3.3. Nuevas pautas de servicio y consumo.

En los nuevos objetos urbanos posindustriales en la ciudad de Córdoba, el Grupo *Dinosaurio* es el único complejo hasta el momento que incluye un conjunto de oferta integral: cultural, comercial, inmobiliaria y de servicios. Surge así un nuevo consumidor que abandona las plazas y los parques para concurrir a los centros comerciales, no solo por compras de bienes, sino también demandando entretenimiento y servicios asociados.

Los primeros objetos implantados, en general, presentaban oferta comercial y pocos servicios; al cabo de los años fueron incorporando más servicios y otras ofertas como las culturales (por ejemplo cines, presentaciones de títeres, etc.).

Es así que el complejo en cuestión incluye en su oferta un centro de eventos, galería de arte, cines, plazas de juego, pista de patinaje sobre hielo y el Superdomo Orfeo⁷ donde se realizan tanto espectáculos deportivos como eventos artísticos: recitales, show musicales, e inclusive actos políticos de diversos partidos.

Con el proyecto, se produce una reapropiación territorial luego de un fuerte sentimiento de desposesión tras el cierre de la empresa Iggam que había dejado un vacío urbano desolado y abandonado, paisaje característico de partes de ciudades otrora industriales. Así, movilizados por la hegemonización cultural del consumo de bienes y servicios que banalizan el espacio, emergen objetos urbanos, como el Dinosaurio, que con nuevas pautas de servicio y consumo marcan el ingreso de la ciudad a una lógica posindustrial (Tomadoni y Henriquez, 2008).

3.4. Los conflictos entre lo público y lo privado

Este gran proyecto urbano generó una serie de conflictos urbanos. Uno de ellos provocó la movilización de vecinos del área que se oponían a la desaparición del «*bosque de eucaliptos*» y por consiguiente, a la desaparición de un «*pulmón verde*»⁸ que se hallaba en el área de emplazamiento del proyecto. Asimismo generó rispideces, la desaparición de la desaparecida fábrica Iggam que se la definía como «*una fábrica nuestra*». Estas representaciones construidas por el imaginario colectivo distan de los intereses del capital, pero que vinculan directamente a lo que se considera público.

7. Inaugurado en agosto de 2002. Es el único estadio cubierto de la provincia de Córdoba y cuenta con una capacidad para 9.000 espectadores. Es mayor que el Estadio de Obras Sanitarias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

8. La forestación fue realizada en su oportunidad por la empresa Iggam para absorber las partículas despedidas en el proceso de fabricación que no contaba con la tecnología apropiada para evitar la contaminación producida. En la imagen 2 satelital, se puede observar restos de aquel bosque de eucaliptos que en la actualidad, ha sido reemplazado por la construcción de la segunda fase de Parque Milénica (edificios country).

No obstante los conflictos, el proyecto respetó un par de símbolos del lugar: el Grupo *Dinosaurio* conserva la chimenea de la fábrica y un tanque de agua, retazos del pasado que iconizan la historia y crean un símbolo de no- pérdida definitiva del uso del espacio anterior. Esta re- apropiación (Borja, 2006) del territorio procura construir nuevas identidades (Imagen 2), que entran en conflicto con las identidades anteriores. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, los conflictos por la pérdida de un espacio que en realidad siempre fue privado, -de uso no- público, porque era propiedad de una fábrica- y que actualmente es de uso «público» a través de un emprendimiento comercial que tiene sus puertas abiertas al público, quedaron atrás, dejando a la vista contradicciones que denotan el desdibujamiento entre lo público y lo privado. Esta nueva característica de los espacios urbanos será uno de los elementos para ayudar a definir que es una ciudad posiindustrial.

La porosidad latente entre lo público y lo privado también se puede observar a través del funcionamiento del centro para espectáculos «Superdomo» donde se realizan campañas electorales, actos políticos de lanzamiento de proyectos, etc., eventos que anteriormente se realizaban en sitios preferentemente públicos.⁹

Otro emprendimiento en el área marca esta porosidad. Separado solo por una avenida, el Superdomo (ver: imagen 1) colinda con la estación de ferrocarril Rodríguez del Busto. Esta vieja estación clausurada en los años 90, con el cierre de la mayoría de las líneas de ferrocarriles en Argentina, se convierte en otro punto de inversión. Así se reactiva el tramo desde esta estación hasta la localidad de Cosquin (a 60 km de la Ciudad de Córdoba) con fines turísticos. La reactivación a cargo de una empresa privada refuncionaliza el sitio con la instalación de un bar¹⁰ y una playa de estacionamiento que funciona también cuando hay eventos en el Superdomo Orfeo. Por tanto, resulta ser un área dinámica, diversa y porosa, que enlaza lo público y lo privado desdibujando una y otro al menos en apariencia.

Los dispositivos de inclusión y exclusión que organizan estos circuitos no operan, en muchos casos, bajo una organización espacial. Como los ejemplos que recorrimos, otros proliferaron en años recientes; cierres de calles y parques, o shopping centres evidencian las ambigüedades que desdibujan lo público y lo privado, y así recomponen las estructuras urbanas tradicionales. J. Keane (1995) expresa que no conviene ni deificar lo público ni lo privado como esferas o espacios discretos, sino más bien concebirlas como sistemas modulares de redes que se superponen. Desde esta perspectiva, se puede citar que contiguo al complejo, se encuentran espacios públicos resultados del trazado de las vías de circulación como plazas y rotondas, que congregan durante el fin de semana a ciudadanos que ofrecen mascotas, sin regulación por parte del Estado, compitiendo con las ofrecidas en los comercios pertinentes que se encuentran dentro de los centros comerciales Dinosaurio Mall e Hiperlibertad, próximos entre sí. Puede leerse como re- apropiación (Borja, 2006)) del espacio público por parte de aquellos ciudadanos que lo sienten como propio pero que no están incluidos en estos nuevos circuitos excluyentes.

4. CONCLUSIÓN: LA HISTORIA CONTINÚA

Con lo expuesto, se advierte que la lógica del capital es la permanente búsqueda de nuevos nichos de mercados y la necesidad de diversificación en procura de rentabilidad, lógica que se extiende más allá del espacio contiguo.

Lo expuesto muestra la expansión y el crecimiento del capital, en este caso de origen local, que con expansión nacional, no escapa al comportamiento que se produce en otros sitios del planeta y obedece a lógicas de articulación con los poderes públicos¹¹ de características similares. Esta realidad permite reflexionar sobre la idea de Sassen (1999) cuando expresa que «los altos niveles de especialización, la posibilidad de externalizar la producción de servicios y el aumento de la demanda por parte de firmas grandes y pequeñas y de los gobiernos, son todas condiciones que derivan y a la vez promueven el desarrollo de un mercado autónomo de servicios para empresas que producen los componentes de lo que denomino capacidad de control global».

El caso en estudio evidencia una interacción permanente entre el espacio público y el espacio privado, los cuales, en una relación mutua de retroalimentación, coadyuvan para que el



9. El 18 de octubre, previo a la elección presidencial la candidata Cristina Fernández participó del acto organizado por el Frente Nuevo Córdoba en el Superdomo Orfeo. (fuente: <http://www.cadena3.com.ar/noticias/ampliada.asp?mas=101060&historial=>) Otro evento fue la presentación del Consejo Provincial de la Mujer, el 23 de setiembre de 2004 (fuente: <http://www.upcdigital.org/articulo.php?go=5&max=9&curpage=6&secID=7&ejePadre=0&ejeID2=4>)

10. Actualmente, ha cerrado sus instalaciones que fueron reacondicionadas para el funcionamiento y recepción de pasajeros que optan por esta modalidad de paseo turístico. Sin embargo la playa sigue funcionando en los espacios vacíos contiguos a la estación y vías del ferrocarril.

11. A modo de ejemplo, se puede citar el título de la gaceta de prensa del Gobierno de la Provincia de Córdoba en ocasión de inaugurar el Orfeo Suites de fecha 20 de junio de 2007. Schiavetti presidió la inauguración de Orfeo Suites Hotel. Fuente: Dirección de Prensa de la gobernación de la Provincia de Córdoba.

capital fluya y se expanda derribando todo tipo de fricciones y obstáculos que se materializan en nuevos objetos y funciones urbanas.

Esas interrelaciones multidireccionales entre el binomio espacio público y espacio privado necesitan, para su comprensión, la elaboración de estrategias metodológicas flexibles. Para García Canclini (1996), la complejización actual del arco público- privado, y las tensiones que entrelazan ambos términos, vuelven inadecuados los enfoques binarios que los oponen abruptamente.

Es necesario captar los deslizamientos de lo que era público y se privatiza y de lo privado que no logra preservarse para uso público pleno, surgiendo en consecuencia conceptos como semi- público y semi- privado. En esta dialéctica, cobra importancia el territorio no sólo como lugar donde se organiza la producción a nivel local, interprovincial y nacional, sino como una red, la cual sólo es posible cuando hay coaliciones económico- políticas para abordar la diversidad de intereses y prácticas en relación al territorio.

Este caso confirma así mismo una tendencia actual: las empresas prestan cada vez mayor atención a determinados factores positivos de la localización, vinculados a la calidad del medio, la dotación de recursos locales de conocimiento, el clima laboral, la cualificación de los recursos humanos y la densidad de las relaciones de cooperación público- privada. Y si bien, en este caso, se generaron fuertes interdependencias y sinergias con los recursos y actores locales, se lo vislumbra como una base de operaciones que puede encontrar bases territoriales similares con una tendencia a la alta movilidad geográfica. El Grupo Dinosaurio captó la potencialidad de la localización de una antigua fábrica en desuso para llevar adelante nuevas ofertas comerciales-urbanísticas, las cuales requirieron el acompañamiento político- administrativo para su desarrollo y crecimiento. No conforme con los objetivos alcanzados, miró más allá del espacio local cordobés para recalar en otras ciudades como Mendoza y con proyectos de continuar en la macrocefalia argentina: ciudad autónoma de Buenos Aires. En todos los proyectos, existe un privilegio de lo estético sobre lo ético (Harvey 2005), propio de la lógica del capitalismo en las ciudades posindustriales y promoviendo nuevas prácticas culturales que generan archipiélagos promotores de cambio.

Lo expuesto hasta aquí es solo una aproximación a un estudio que tiene otras aristas para articular y relacionar. Una de las tantas posibilidades a futuro sería indagar acerca de las representaciones simbólicas del lugar tanto de los usuarios como de los trabajadores; de las intencionalidades de sus hacedores y promotores tanto privados como públicos; de las tensiones entre usuarios y promotores; de la construcción de los espacios semi- público y semi- privado en permanente tensión; y finalmente del desdibujamiento entre ellos. Los nuevos archipiélagos generados en las ciudades posindustriales del capitalismo tardío comienzan a llenarse de situaciones que necesitan de nuevas nociones explicativas e interpretativas.



BIBLIOGRAFÍA

- Borja, J., 2006. Un futuro urbano con un corazón antiguo. En: Geograficando, Revista de estudios geográficos. Diciembre. Año 1, N° 1.
- Cavestany, F. B., s.f. Desarrollo desde el territorio (A propósito del desarrollo local). www.iigov.org
- García Canclini, N., 1996. Alteridades. Consultado 10.03.06 <http://www.uam-antropologia.info/alteridades/alt11-introduccion.pdf>.
- Harvey, D., 2005. Las grietas en la ciudad capitalista. Entrevista con David Harvey.
- Montoya Arango, N., 1999. Ensayos. Sobre Arquitectura urbana. Línea de investigación urbanística. Medellín.
- Novick, A., 2004. Espacios públicos y proyectos urbanos. Oposiciones, hegemonías e interrogantes. En: Vitruvius, Vol 11.
- Santos, M., 1996. Por uma Geografia Nova. Editorial Hucitec. 4º Ed. São Paulo.

Santos, M., 2000. La Naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción. Editorial Ariel. Barcelona.

Sarquis, J., 1999. Urbanidad incompleta Arquitectura incompleta? En: Ensayos. Escuela de Urbanismo. Facultad de Arquitectura. Universidad Nacional de Colombia. Medellín.

Sassen, S., 1999. La Ciudad Global. New York, London, Tokyo. Eudeba. Buenos Aires.

Tecco, C., 1999. Periurbanización y Metropolización, desafíos y cuestiones críticas en el Área Metropolitana Córdoba. Administración Pública y Sociedad. N° 12. Revista del IIFAP-UNC, Córdoba. pp. 5 - 21.

Tomadoni, C. y Henriquez Matos e Silva, C., 2008. Cidades (pós)industriais na Alemanha (pós)unificada: encolhimento e suburbanização. En: Revista Geografías. Departamento Geografía e do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais. Brasil. ISSN 1808-8058

Torres, H., 1998. Procesos recientes de fragmentación socio- espacial en Buenos Aires: la suburbanización de las élites. Seminario de Investigación Urbana: El Nuevo Milenio y lo Urbano. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Buenos Aires (Mimeo).

Páginas consultadas en internet:

Acotto R., 2006, Una máquina sin freno (en línea), consulta abril 2007, <http://www.lavoz.com.ar/suplementos/economia/06/12/03/nota.asp>

Nuestra historia (en línea) <http://www.weber-iggam.com/header/acerca-de-weber.html>, consultada 14 mayo de 2008.

En 2006 ¿aterriza en Buenos Aires y Mendoza? (en línea) nota del 26 de enero de 2006 en <http://www.puntoapunto.com.ar/notaAnterior.asp?nrc=12350&nprt=1> consultada el 14 de mayo de 2008.

<http://www.iggam.com>

<http://www.puntoapunto.com.ar>

<http://www.upcndigital.org>

<http://www.cadena3.com.ar>

<http://www.todoenunlick.com.ar>

<http://www.prensamendoza.gov.ar>

<http://www.cityeconomica.com/ar/portada>

http://www.osram.com.ar/news/on41/dinosaurio_mall.html

<http://www.grupodinosaurio.com/v2/empresa.asp?menu=bot1>, consultado 11 de marzo de 2009.

http://www.pectra.com/PDFs/CdE_Dinosaurio.pdf

http://www.casc.org.ar/html/noticias/noticia_04.asp

Artículos periodísticos

Pulso privado (en línea) nota 14 de junio 2007 http://www.lavoz.com.ar/07/06/14/secciones/economia/nota.asp?nota_id=81135 Consulta 11 de marzo de 2009.

Dinosaurio habrá invertido hasta fines de 2004 casi 100 millones de pesos (en línea) nota de 27 de noviembre de 2003. Última consulta 12 de marzo de 2009.

Schiaretti presidió la inauguración de Orfeo Suites Hotel (en línea) nota de 27 de junio de 2006 GRUPO DINOSAURIO ©.htm última consulta 12 de marzo de 2009.

Hay equipo (en línea) mayo 2007 Infonegocios_tv - Hay Equipo.htm última consulta 11 de marzo.

Inauguró Dinosaurio Express (en línea) nota de la Mañana de Córdoba \La Mañana de Córdoba.htm Última consulta 12 de marzo.



Una máquina sin freno (en línea) nota en La Voz del Interior de 3 de diciembre de 2006, Una máquina sin freno.htm, última consulta 11 de marzo de 2009.

Bugliotti invierte \$ 10 millones en una tienda al estilo Falabella (en línea) nota de 7 de enero de 2008, Bugliotti invierte \$10 Millones en una tienda al estilo de Falabella. htm, última consulta 11 de marzo de 2009.