

EL PATO SOLIDARIO: Un análisis de los sentidos en torno a los márgenes del Río Suquía de la Provincia de Córdoba.

Autores:

-Eliana Isabel Abraham

-María Laura González

Pertenencia Institucional: Facultad de Ciencias de la Comunicación – Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

Contacto:

-elianaabraham9012@gmail.com

-lau_gonzalez86@hotmail.com

Mesa N°: 39 “Neoliberalismo y debates urbanos: ciudad, conflictos sociales e identidades territoriales”

Disciplinas: Sociología Urbana; Comunicación Social

Palabras clave: R.S.E.; Solidaridad; Discurso social.

EL PATO SOLIDARIO: Un análisis de los sentidos en torno a los márgenes del Río Suquía de la Ciudad de Córdoba.

Resumen: Esta propuesta se centra en las prácticas y sentidos que se construyen en torno a los márgenes del Río Suquía de la ciudad de Córdoba (Argentina). El río tuvo desde siempre un funcionamiento mítico y fundacional de las pequeñas comunidades que se originaban y crecían a sus orillas. Una matriz historiográfica sitúa al río Suquía de la

Ciudad de Córdoba como uno de los principales afluentes y dadores de vida del proceso de producción de la trama urbana. Sin embargo, los sentidos de este proyecto originario fueron modificándose a través de prácticas sociales que involucraban cierta racionalidad cartesiana materializada en importantes políticas urbanas. Paradójicamente, las estrategias de “refuncionalización y renovación” del entorno impulsadas por políticas de embellecimiento estratégico lo construyen como objeto vía circulación y consumo. En su rol natural y ahora social, ciertos proyectos como el de “Pato Solidario” buscan utilizar el río como un espacio de solidaridad- consumo a partir de estrategias de Responsabilidad Social Empresaria. En este trabajo nos focalizaremos en determinados discursos que estructuran prácticas sociales que involucran al Río como espacio y entorno natural desechable y mercantilizado. La propuesta es advertir qué nuevos sentidos aparecen relacionados a la experiencia de lo social- solidario a partir del análisis de la Campaña “Pato Solidario” que se realizó en el Río Suquía de la Provincia de Córdoba en el año 2015.

1. El río Suquía como espacio “fundacional”

El río tuvo desde siempre un funcionamiento mítico y fundacional por las pequeñas comunidades que se originaban y crecían a sus orillas. Una matriz historiográfica sitúa al río Suquía de la Ciudad de Córdoba como uno de los principales afluentes y dadores de vida del proceso de producción de la trama urbana. Sin embargo, su funcionalidad natural se remonta desde hace mucho antes, cuando los antiguos pobladores comechingones¹ comenzaron a resignificar el “Valle del Suquía” a través de extensos tramos de ocupación de tierras para el habitar y para actividades de pastoreo/riego. Según el C.I.I.C.A²:

“El valle del Suquía comprendía, entre otros barrios, el caso céntrico, Alberdi, Alto Alberdi y zonas aledañas. Era, y sigue siendo, un formidable corredor que une Punilla con el llano. Imposible imaginarlo deshabitado. Imposible afirmar que era un desierto. La documentación histórica y las

¹ El pueblo comechingón denominó “Quisquisacate” a la extensión del Valle del Suquía donde fue fundada posteriormente la ciudad de Córdoba en 1573. Desde un principio, los comechingones habitaron el cordón montañoso de las Sierras Centrales compartido por las provincias de Córdoba y San Luis.

² Centro de Investigaciones del Instituto de Culturas Aborígenes (C.I.I.C.A)

óptimas condiciones de habitabilidad de la zona justifican la ocupación territorial” (pp.20)

Este asentamiento se denominó “Pueblo de la Toma”³ que albergó el habitar de cientos de indígenas en la zona que comprenden el barrio de Alberdi y Alto Alberdi además de zonas aledañas al casco céntrico de la ciudad. A través del riego natural por la presencia del río, el territorio contenía y conservaba una abundante flora y fauna que fue desapareciendo por los procesos de urbanización posterior a la fundación⁴. Esta ocurre en junio de 1573 por Jerónimo Luis de Cabrera en los márgenes del río Suquía hacia el norte (actual barrio Yapeyú) siendo imperioso extender esta colonización en los otros tramos del río ocupados por sus pobladores originarios. De esta manera, el Pueblo de la Toma se convirtió en un espacio estratégico y conflictivo para avanzar con el emplazamiento de construcciones (molinos y edificios) que fueron demarcando las formas y los sentidos de la ciudad hasta nuestros días.

La ciudad de Córdoba vivencia profundos procesos de urbanización a fines del XIX construyéndose numerosos barrios y emplazamientos⁵ que fueron favorecidos y acompañados por una fuerte política de intervención estatal. Esta última fue movilizadora por la burguesía y la dirigencia que estableció dispositivos legislativos para “la acumulación por desposesión” de las tierras de los antiguos pobladores de La Toma. Estas transformaciones materiales llevan en sí mismas numerosas acciones como:

La mercantilización y privatización de la tierra y la expulsión forzosa de las poblaciones campesinas; la conversión de diversas formas de derechos de propiedad –común, colectiva-estatal- en derechos de propiedad exclusivos, la supresión del derecho a los bienes comunes; la transformación de la fuerza de trabajo en

³ Hasta principios del siglo XX se denominó “El Pueblo de la Toma” mientras que en el vocabulario popular persistió la denominación de “El Pueblito”. Luego de la fundación, los habitantes del Pueblito fueron utilizados como mano de obra para la construcción de sistema de toma de agua y construcciones para la emergente ciudad colonial.

⁵ Hacia el este fue organizándose San Vicente, hacia el norte General Paz y Alta Córdoba y hacia el sur el barrio de Nueva Córdoba mientras que la zona oeste fue transformándose e integrándose a la ciudad. (CIICA, 2009).

mercancía, y la supresión de formas de producción y consumo alternativas (...) El Estado con su monopolio de la violencia y sus definiciones de igualdad, juega un rol crucial al respaldar y promover estos procesos (Harvey, 2005, pp. 113)

El acertado concepto de “acumulación por desposesión” del geógrafo inglés David Harvey nos permite ubicar las acciones estratégicas en torno al río Suquía como centro o epicentro de origen de los procesos de refuncionalización de los espacios y territorios de la emergente ciudad. En este sentido, la construcción de la costanera permite invisibilizar los barrancos y playas del río además de la construcción de cloacas y del Dique San Roque que permitió disminuir el avance de las crecientes. Sin embargo, actualmente es usual observar la presencia de rústicas construcciones hechas con materiales precarios a modo de viviendas, barrancos y cuevas que permiten evidenciar la persistencia del espacio algunos vestigios de sus orígenes a la par de mostrarnos una profunda fragmentación y diferenciación socio-espacial.

Actualmente, en torno al río Suquía se producen y comparten distintos modos de experimentar la ciudad. Algunas pertenecen a los actores que forman parte de una sociedad industrial y mayoritariamente urbana. Otra gran parte, se encuentra en los márgenes del río, relegada e invisibilizada por los crecientes procesos de urbanización. Sólo en la ciudad de Córdoba, “a partir de 2002 la superficie autorizada para la construcción de edificaciones nuevas presentó una tendencia creciente, alcanzando dos picos importantes en 2006 (1.004.832 m²) y 2011 (1.076.755 m²). En total, entre 2002 y 2011 se observa un crecimiento del 98% de la superficie construida” (Salguero Myers en Boito y Espoz, 2014: 117). Entre los grandes condominios en altura alrededor de los márgenes del río Suquía mencionamos: la construcción de “Torres del Río” que comprenden cuatro edificios a orillas del Suquía entre la avenida Costanera y la esquina Sta Fe, “Casonas del Norte” de Grupo Edisur; “Nazaret Office”, oficinas de alta categoría de Grupo Proaco y “Antigua Cervecería”, de Euromayor, considerado el emprendimiento más ambicioso con 1018

departamentos, entre otras construcciones⁶. Las publicidades que son difundidas en torno a estos grandes complejos inmobiliarios realzan la proximidad que poseen al río Suquía como un retorno a lo natural entre tanto gris pavimento. Como afirma Boito & Michelazzo (2017):

Si las clases más altas se mudan a “la naturaleza” en los countries y barrios privados de la periferia (...) las clases medias y medias altas encuentran en los grandes complejos de las orillas del Suquía, el contacto con “lo verde” sin alejarse del centro. Una mirada sobre estas operatorias de “recuperación” del río nos permite notar de manos de quién se “recupera” y para quiénes es lo recuperado.

Siguiendo este punto, observamos que no solo existe una recualificación material del espacio natural sino también una recualificación de tipo simbólico en tanto inversión de sentido que instrumentaliza lo natural como recurso para los inversores privados. En este sentido, el barrio de Alberdi cercano al río, que comprendía el antiguo territorio de la Toma, se constituye como foco de atención para la acción de inversores privados quienes llevan y pretenden llevar a cabo numerosos emprendimientos en la zona. Los efectos de los emprendimientos inmobiliarios son percibidos por los vecinos como una “amenaza” para el patrimonio de casonas históricas como en las tramas de sentido y redes que construyen los vecinos en el interior del espacio barrial. Algunas de estas manifestaciones de resistencia al avance inmobiliario, toman al río como un tipo de “patrimonio natural” además del arquitectónico que contribuye como un componente más de la identidad barrial.

Es un patrimonio geográfico también respecto a la Isla de Los Patos, pidiendo que se revalorice porque también es un patrimonio, sobre todo por todas las historias que alberga de los habitantes de cientos de años atrás.

(Melina, estudiante, 23 años)

Otros vecinos destacan la imbricada relación entre el río y la vida cotidiana de los habitantes del barrio:

⁶ Fuente: Nota publicado en la “La Voz del interior” del día 30 de marzo de 2011
<http://www.lavoz.com.ar/noticias/negocios/orillas-suquia-se-construyen-2000-departamentos>

Es muy importante si uno ha nacido en Alberdi, hace 50 años atrás era todo barrancas hasta un hábitat más salvaje, nosotros hacíamos la chupina cuando íbamos al Mariano Moreno y al Manuel Belgrano y decíamos que íbamos a hacer excursiones al río Suquía. El avance inmobiliario es un poco un dedo en la llaga, el barrio se ha convertido en una extensión del centro y el río ha cambiado. (Osvaldo, empleado, 56 años)

Las percepciones de los vecinos identifican al río como un “mito” del barrio y “pulmón verde” que da inicio a la vida en los territorios y que fue modificado por los avances de la modernidad. Según estudios del Centro de Derechos Humanos y Ambiente (CEDHA)⁷, el río Suquía se encuentra contaminado por años de volcamientos de líquidos cloacales tratados de manera deficiente y que sobrepasan la capacidad de los cursos de agua además de la ausencia de cloro que permite la supervivencia de microorganismos patógenos permisivos para la vida acuática. La invasión de asentamientos urbanos y de construcciones en altura genera desequilibrios y peligros no solo para este “patrimonio natural” sino también en las energías sociales que rodean sus márgenes donde se traman distintas experiencias en torno a lo barrial como contrapuesta a este “retorno a lo natural” que invocan las empresas inmobiliarias. En este trabajo, indagamos un tipo de experiencia que se cristaliza en prácticas que asignan al río un rol social a través de acciones de solidaridad realizadas por sectores privados en torno al denominado “Carrera del Pato Solidario”. Esta iniciativa fue promovida por la Asociación Civil “Hombre nuevo” en el mes de noviembre del año 2016 para destinar fondos a sectores vulnerables del interior de los espacios urbanos. Dichas inversiones sociales se cristalizarían en una carrera de “patos solidarios” que tuvo como escenario el entorno natural del río Suquía de la ciudad.

2. Lo solidario como acción racional: Asociación Civil “Hombre nuevo”

⁷ Nota publicada en la “La Voz del Interior” el día 13 de junio de 2016. <http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/ambiente/comienzan-peritar-contaminacion-suquia>).

En su página web, esta agrupación cordobesa explica que forma parte de la Radio María Argentina. Es decir, que por medio de sus voluntarios fue formando esta ONG que busca asistir a personas en situación de calle o desfavorecida por medio de los valores religiosos. Esta ONG surgió en el año 2001, momento en que la crisis económica-política y social se profundizó debido a la renuncia del Presidente electo Fernando de la Rúa. En ese contexto, esta agrupación buscó dar apoyo a los adultos mayores que se encontraban en situación de calle, a fin de devolverse un trozo de la dignidad que estos habían perdido⁸. En el año 2014, este grupo de personas decidió incrementar su campo de acción con el fin de mejorar el entorno social de la provincia de Córdoba, así es como optan por sumar acciones solidarias que ayuden al desarrollo psico-biológico y social de niños y adolescentes. De esta forma, la ONG logró formar una red de instituciones que contribuyan a este objetivo de trabajar por los más pequeños: grupo de voluntarios “Peregrinos”, Hogar “El buen samaritano”, Colegio Juan Pablo II y el Club Juan Pablo II.

En el año 2016, esta organización decidió armar una gran campaña para recaudar fondos para los sectores empobrecidos de la ciudad dando un marco solidario a la iniciativa del “Pato Solidario”. La campaña contó con una importante difusión donde se utilizaron afiches de gran tamaño ubicados en espacios estratégicos del centro de Córdoba, cortos publicitarios en la tv y en la página web de la organización donde se muestra a personas de clase media-alta deprimidas porque no suelen ayudar a nadie, y en donde la experiencia del pato solidario vendría a ‘sacarlas a flote’ mientras ayudan a otros que lo necesitan. Numerosas empresas promocionaron este evento de ‘la carrera del pato solidario’: Cadena 3, Canal 12, Tarjeta Naranja, Canal 8, Bancor, Rotary club de Córdoba, Fiat, Diario La Voz, Radio María y Hombre Nuevo.

Puntualmente, la experiencia consistía en ‘adquirir’ un pato (de goma) para participar de una carrera en el río Suquía el día 27 de noviembre del 2015. Esa compra se efectuaba por tarjeta de crédito mediante una llamada al 0810- 122- 8486. La Frase de toda la campaña es: “Adoptá un pato”. En la segunda edición de esta campaña (en el año 2016) cada pato de plástico costó \$365, y fueron adquiridos 15.531 ejemplares de estos. En total, la organización recaudó: \$5.668.815. Fueron adquiridos 3.000 patos más que en el año

⁸ Asociación Hombre Nuevo. Disponible en: <https://www.patosolidario.org.ar/asociacion-hombre-nuevo/>. Consultado el día: 23/05/2017.

anterior. Los ganadores de esta carrera recibieron premios entre los que se destacan dispositivos electrónicos, viajes al interior de la provincia y vehículos 0km. En este sentido, el ganador del premio mayor fue el presidente del Rotary Club de Córdoba lo cual nos llevaría a preguntarnos en torno a los actores que participan en tanto “inversores sociales” de esta práctica solidaria.

2.1 Sobre el discurso solidario

En nuestros días, cada vez con más frecuencia nos encontramos con este tipo de actividades que son de corte benéfico pero que son realizadas no sólo por el Estado o por espacios del tercer sector (ONGs), sino que cada vez se evidencia más la presencia de empresas privadas que acompañan o, a veces, hasta inician este tipo de propuestas. Así, por medio de la denominada Responsabilidad Social Empresaria, las empresas patrocinadoras de este tipo de iniciativas realizan una ‘inversión social’ que lleva a instalar en la sociedad la idea de que se trata de una empresa ‘responsable’ con su entorno.

Según la Real Academia Española (2014), Solidaridad es: “Adhesión circunstancial a la causa o a la empresa de otros”. En el vocabulario jurídico, para referir al término ‘solidario’ utiliza el vocablo *in solidum* como forma de referir a “(...) un compromiso asumido en conjunto por varias personas que se obligan a responder cada una por el conjunto de ellas”⁹. A partir de ese concepto (aunque actual) se puede pensar la solidaridad como la categoría a partir de la cual toda institución quiere acaparar. Vendría a ser como el ‘ideal’ a seguir. Así vemos que la idea de solidaridad ha variado con el paso de tiempo y con la evolución de la matriz institucional: si antes las fundaciones la denominaban filantropía, y la iglesia la define como caridad, hoy las empresas la conocen como RSE. Pero no solo se trata de un cambio de términos, sino también de formas en que se concibe la solidaridad. Para entender esto, pondremos a funcionar las categorías de Weber (2002). Este autor habla de cuatro tipos de acción social: Tradicional, Afectiva, con arreglo a valores y con arreglo a fines. Sobre la primera dirá que se caracteriza por estar definida a partir de ciertas tradiciones y

⁹ RAE (2014) Significado de Solidaridad. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=YlCnATc>. Consultado el: 31/05/2017.

costumbres que están bien establecidas en una sociedad. Este es el caso de la caridad. La iglesia lo instituyó hace mucho tiempo como la práctica social que se da en su entorno religioso y por eso adquiere la importancia de la tradición judeo-cristiana. También puede ser pensada como una acción social afectiva o con arreglo a valores en el sentido de que, no le importan los resultados sino simplemente, que la acción misma, por sí sola, ya tenga sentido y quizás ese pudiese ser el caso de la Asociación Hombre Nuevo que es la promotora de esta propuesta social denominada Pato Solidario. Sin embargo, lo que queda claro es que la R.S.E. es una acción social racional con arreglo a fines desde el momento mismo en que las empresas ‘patrocinadoras’ deciden hacer una ‘inversión social’ que beneficie a la causa. Tal como lo expresa Weber, este tipo de acción social está “(...) determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres, y utilizando esas expectativas como “condiciones” o “medios” para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos” (Weber; 2002: pp. 20)¹⁰. Esto nos sirve para pensar que el círculo de la R.S.E. no termina en la acción misma sino que continúa ya que de esa forma la empresa encuentra la manera de incrementar su imagen de marca como empresa ‘responsable’ logrando que esto influya de manera positiva en la venta de sus bienes y/o servicios. De esta forma, la R.S.E. no es otra cosa que una forma enmascarada de publicidad. El fin que persiguen es ganar rédito económico a través del incremento de la imagen, por esta razón es que este tipo de acciones deben ser comunicadas.

En el marco de la comunicación institucional vemos como cada vez crece más el área de R.S.E. en el interior de las empresas y esto se debe a que es una herramienta de gestión. Medir su inversión y el retorno de ésta son algunos de los desafíos que los encargados de gestionarla enfrentan.

La responsabilidad social es, entre otras cosas, el resultado de que las grandes corporaciones hayan aprendido a afrontar las críticas que se les hace desde la sociedad civil por los efectos de sus actividades. Por eso, cuando las organizaciones y movimientos sociales de todo el planeta comenzaron a desarrollar estrategias y

¹⁰ Weber, M. (2002): Economía y Sociedad. Ed. Fondo de la cultura económica. España. Pp. 20.

nuevas formas de acción colectiva frente al poder corporativo, (...) las multinacionales (...) contribuyeron a la generalización del debate sobre la Responsabilidad Social Corporativa. (Hernández Zubizarreta y Ramiro, 2009: pp. 55).

La R.S.E. es la forma en que las empresas responden, pero también es la forma en que deciden hacerlo. Ya que la legislación nacional vigente en esta materia es tan poco específica, las empresas tienen un enorme margen de acción para actuar. Y en ese sentido es como vemos que, por ejemplo, la conservación del medio ambiente puede ser tomada con una mera acción de reciclaje de papel pero no como un programa integral que busque contener, proteger todos los espacios naturales de la provincia. Es una acción planificada pero de acuerdo a los intereses de las empresas, no de los ciudadanos, por eso nos encontramos con casos como este que analizamos en los cuales la acción es solidaria a medias: por un lado se ayuda a la gente y, por otro, se deja de proteger al río.

3. Conclusiones

Dada la historia que el Río Suquía, percibimos esta nueva actividad que lo trae como protagonista de la misma forma en que analizamos la incidencia de nuevos barrios que se construyen cerca de él. La historia de los desposeídos de la ciudad de Córdoba nos ha mostrado la importancia que se le ha otorgado al río como espacio fundacional, social y cómo acción estratégica de colonizadores, inversores inmobiliarios e inversores también “sociales” caracterizados por asociaciones de beneficencia y caridad. El sentido en torno a la “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE) habilita pensar y establecer puentes de sentido entre aquello que se realiza como “solidario” y aquello que se gana o capitaliza como “inversión emocional” de los actores que participan y además gozan de las prácticas de solidarismo. En este sentido, lo que se creía que eran formas de buscar la equidad en la sociedad (prácticas solidarias que ejercen las empresas para devolver a la comunidad un poco de esos recursos naturales que ellas usan) termina siendo una forma de promover ese comportamiento empresarial que sólo busca el fin económico en sí mismo. Las estrategias

son diversas como en las formas de comunicación optadas por Cadena 3¹¹ para divulgar la práctica cómo si se tratara de una noticia, cuando en realidad era una publicidad encubierta para esa emisora como actor inversor social/emocional. Esto nos deja ver como los géneros periodísticos y publicitarios se van encontrando, se van mezclando y adaptando de acuerdo a las estrategias de la empresa.

Esta “recualificación simbólica” del río se encuentra en la inversión de sentido que realizan los actores inmobiliarios cuando destacan ese “retorno a lo natural” de las urbes colapsadas y del conglomerado de inversores privados que depositan también en el río sus inversiones emocionales que en forma de “patitos de goma” nunca detienen la circulación mercancías y personas. Sin dudas, éste es el aspecto creativo del nuevo espíritu del capitalismo como su carácter insaciable donde:

La calidad del compromiso que pueda esperarse depende más bien de los argumentos que puedan ser invocados para justificar no sólo los beneficios que la participación en los procesos capitalistas puede aportar a título individual, sino también las ventajas colectivas definidas en términos de bien común que contribuye a producir para todos (Boltanski & Chiapello, 2002, p.41)

Siguiendo a Boltanski & Chiapello (2002), esta acción racional que integra la estructura de sentido de las prácticas de solidarismo necesitan de soportes ideológicos cada día más movilizados que puedan justificar la acumulación. Indagar estas prácticas solidarias promovidas por la Responsabilidad Social Empresarial nos permite volver la mirada en torno a estas “destrucciones creativas” y preguntarnos qué sentidos persiguen, quiénes son los actores que las integran y participan de ellas cómo así también los escenarios urbanos y naturales que las comprenden. En este caso, pusimos énfasis en la instrumentalización del río como recurso/espacio de la acción estratégica que detallamos poniendo en tensión sólo

¹¹ Cadena 3 es una cadena de radio de Argentina que transmite actualmente desde la ciudad de Córdoba. Cuenta con repetidoras en diferentes puntos del país. Nota disponible en: <http://www.cadena3.com/contenido/2016/11/28/El-Pato-Solidario-sumo-a-mas-de-15-mil-personas-en-Cordoba-173610.asp>

un recorte de experiencia de una cartografía urbana mucho más amplia que se entreteje en los espacios urbanos de Córdoba, siempre más resistentes, siempre más conflictivos.

Bibliografía

-BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, EVE (2002), “El nuevo espíritu del capitalismo”, Madrid, Ediciones Akal.

-BOITO, María Eugenia & MICHELAZZO, Cecilia (2017), “Patrimonio, identidad y espectáculo: una aproximación a las tensiones que conforman el espacio barrial de Alberdi, Córdoba, durante la última década”, En Jornadas de Sociología de la Facultad de Cs Políticas y Sociales de la UNCUYO.

-C.I.I.C.A (2009), “Hijos del Suquía. Los comechingones del Pueblo de la Toma, actual barrio Alberdi, ayer y hoy. Córdoba, UNC.

-HARVEY, David (2007). Espacios del capital. Hacia una geografía crítica. Madrid, Ediciones Akal.

-Normas GRI

- LEY N° 2594 de Provincia de Buenos Aires.

- LEY N° 25.877 de Régimen Laboral.

- WEBER, M. (2002): Economía y Sociedad. Ed. Fondo de la cultura económica. España. pp. 20.

- HERNANDEZ ZUBIZARRETA Y RAMIRO (2009): El negocio de la Responsabilidad. Barcelona. Ed. Icaria. pp. 55.

- RAE (2014) Significado de Solidaridad. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=YICnATc>. Consultado el: 31/05/2017.

- CADENA 3 (2015): Nota sobre el Pato Solidario disponible en: <http://www.cadena3.com/contenido/2016/11/28/El-Pato-Solidario-sumo-a-mas-de-15-mil-personas-en-Cordoba-173610.asp>