



Universidad  
Nacional  
de Córdoba



**FCC**  
Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**BIBLIOTECA OSCAR GARAT**

**CIRCUITO DE AUDIOGUÍAS:**

**CÓRDOBA LEGENDARIA**

Paula Sofía Cano

Sofía Villagra

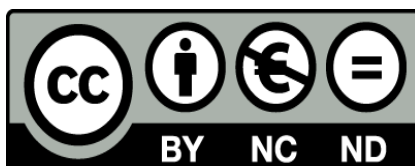
**Cita sugerida del Trabajo Final:**

Cano, Paula Sofía; Villagra, Sofía. (2019). "Círculo de audioguías: Córdoba Legendaria". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inédita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

***Licencia:***

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional





Universidad  
Nacional  
de Córdoba



**FCC**  
Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

CIRCUITO DE AUDIOGUÍAS

# CÓRDOBA LEGENDARIA



2019

SOFÍA VILLAGRA - PAULA SOFÍA CANO



## **Agradecimientos:**

A Marcos Vaira y Mariano Britos, por ayudarnos a concretar este producto sonoro.

A Marta Pereyra y Mariana Minervini, por acompañarnos en esta instancia final de formación profesional.

A todos los que sumaron su granito de arena para que este trabajo sea una realidad.

\*\*\*

A mi mamá y a mi papá por su apoyo y amor siempre.

A mi compañera Sofi por su alegría, cariño, entusiasmo y amistad.

A mi abuelo por tantas historias.

A mis maestros y maestras que me permitieron llegar a este lugar.

A la Universidad Pública.

*Paula Sofía Cano*

A Papá y Mamá, por su amor, comprensión y enorme generosidad.

A Lu y Jose, por atajarme los caminos y enseñarme a vivir en esta gran ciudad.

A Franco, mi amor, por apoyarme y colaborar en este proceso.

A Tetel y Oscar, mis protectores celestiales. A la Aya, mi nueva abuela terrenal.

A mi compañera, Sofi, por la paciencia, el cariño, la confianza y la amistad.

*Sofía Villagra*

## **Índice**

Abstract.....	Pág. 4
<b>Introducción</b> .....	Pág. 6
Planteamiento del problema.....	Pág. 7
Propósito.....	Pág. 7
Objetivos.....	Pág. 8
Generales	
Específicos	
Antecedentes.....	Pág. 9
<b>Fundamentación del tema</b> .....	Pág. 12
 <b>Ejes conceptuales: cultura, patrimonio, museo e identidad</b>	
Aproximación al concepto de cultura .....	Pág. 14
La cultura popular.....	Pág. 18
Hacia una mirada del patrimonio global y participativa.....	Pág. 19
El concepto de museos y los nuevos desafíos.....	Pág. 26
Comunicar el patrimonio.....	Pág. 30
Producción de sentidos y formación.....	Pág. 32
Museos y nuevos lenguajes.....	Pág. 34
La tradición oral en debate.....	Pág. 36
Leyendas y antropología urbana.....	Pág. 40
 <b>Aproximación al origen de las leyendas</b>	
La Córdoba de antaño.....	Pág. 43
El contexto urbano de época	
Pueblo Nuevo, El Abrojal y el Centro	
La Cañada	
El Carnaval	

**Fundamentación metodológica**..... Pág. 61

**Una estrategia de comunicación de las leyendas: las audioguías**...Pág.64

Definición, características y funciones

Evolución de las audioguías e investigación sobre el tema

Los recursos expresivos en las audioguías

**El proceso de producción de la audioguía**..... Pág. 71

Primer momento: investigación y pre-alimentación

Eje conceptual: los contenidos

Eje pedagógico: los destinatarios

El diagnóstico de la situación de comunicación: el destinatario La noche de los Museos Córdoba

Eje comunicacional: la estrategia narrativa

Producción del guión

Voces de la audioguía

*Tracks* de la audioguía

Guión de los *tracks* 1 y 2 del circuito de audioguías Córdoba Legendaria

**Consideraciones finales**..... Pág.99

**Bibliografía** ..... Pág.102

**Anexo**

## **Abstract**

El siguiente trabajo final se inscribe en la modalidad producto de comunicación y presenta un circuito de audioguías sobre el tema leyendas de Córdoba. Las audioguías son un recurso valioso para la comunicación de la memoria histórica de la comunidad, al poner en circulación por medio del lenguaje sonoro aquellos bienes culturales de tradición oral.

Se propone un recorrido que inicia en el Palacio de Justicia ubicado en el barrio Centro de la ciudad y culmina en el Centro Cultural Casa de Pepino en barrio Güemes. Este circuito de audioguías recupera, por un lado, las leyendas que circulaban en la zona de La Cañada hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX y, por otro, distintos aspectos del patrimonio material e inmaterial de la Córdoba de aquella época.

Este producto cuenta con la participación de diferentes actores -cuentacuentos, historiadores, investigadores, vecinos de barrio Güemes y escritores cordobeses- quienes, según la especificidad de su conocimiento y experiencia, brindaron información sobre las leyendas seleccionadas y el contexto histórico de este trabajo. Sus intervenciones formaron parte de la producción y realización de estas audioguías.

Las bases conceptuales de este trabajo tienen su origen en distintas disciplinas, tales como la antropología y la historia, ya que las audioguías no sólo relatan las leyendas, sino que también las pone en relación con las condiciones histórico-materiales, sociales y culturales de aquella época. En el proceso, se consultaron distintas fuentes mediante técnicas de recolección de datos tales como el análisis de contenido, la observación participante y la entrevista en profundidad a escritores e investigadores.

El producto que aquí se presenta está pensado para el evento La Noche de los Museos y tiene como destinatario directo a los visitantes que, en este marco, se disponen a tomar contacto con los bienes culturales que Córdoba

contiene y ofrece. En este sentido, consideramos que es un aporte, desde la comunicación social, a la preservación y difusión de nuestra cultura.

Palabras clave: AUDIOGUÍAS- PATRIMONIO- LENGUAJE SONORO- NOCHE DE LOS MUSEOS- LEYENDAS



# Introducción

Este trabajo final de grado surgió de la inquietud por generar un circuito de audioguías para la Noche de los Museos, que invite a los residentes de Córdoba y a los visitantes turistas de habla hispana, a realizar un recorrido en el que conozcan algunas leyendas urbanas de la ciudad y el contexto en el que surgieron las mismas -fines del siglo XIX y principios del siglo XX-.

La recuperación y promoción, a través de un circuito de audioguías, de las leyendas y, con ellas, de la historia de los barrios Pueblo Nuevo, El Abrojal y Centro en este periodo histórico, toma en cuenta algunos aspectos de la vida cultural y de la compleja trama social, en la que se combinan una serie de relatos y actores sociales del ámbito local, muchas veces pertenecientes a los sectores subalternos e invisibilizados por la historia oficial.

Por estos motivos, el producto que se presenta, titulado Córdoba Legendaria, no sólo relata las leyendas seleccionadas -La Pelada de la Cañada, El Farol, El Chanco Benedicto y La Gallina Gigante-, sino también describe cómo era esa ciudad dividida entre dos sectores: por un lado, aquel que intentaba representar el modelo de progreso europeo y, por el otro, aquellos asentamientos que quedaron al margen del proyecto de la modernidad. El Paseo Sobremonte, La Cañada, la Plaza de las Carretas, la Casa de Pepino, los barrios Centro, El Abrojal y Pueblo Nuevo, son sólo algunos de los espacios que se describen en el circuito y que serán fundamentales a la hora de dar sentido a las leyendas que se cuentan.

La utilización de leyendas, como portadoras de significados e identidad/es de las sociedades donde surgen, ayudan a promover el conocimiento del patrimonio cultural inmaterial local y a reconocer el rol de ciertos actores sociales, cuyos modos de vida no fueron tenidos en cuenta en las construcciones discursivas oficiales.

El presente trabajo final, además, se propone desarrollar la perspectiva teórica, histórica y el proceso de producción que se consideró al momento de

diseñar, producir y realizar este circuito de audioguías. A los fines de organizar el contenido, se dividió el trabajo en tres secciones. La primera parte, constituye el marco conceptual que sustenta los temas investigados para la realización del producto, a saber: cultura; patrimonio y comunicación; museos; leyendas y tradición oral. En la segunda parte, se desarrolla el marco histórico en el que surgen estas leyendas y los sitios que se recorren en la audioguía: La Cañada, El Abrojal, Pueblo Nuevo y el Centro. Por último, la tercera parte es la fundamentación metodológica, en la que se explica cómo fue el proceso de producción y la realización de la audioguía, como así también, la fundamentación de las decisiones de producción.

## **Planteamiento del problema**

¿Cómo contribuir a la recuperación y difusión de la historia y las leyendas de los barrios El Abrojal, Pueblo Nuevo y Centro de la ciudad de Córdoba, Argentina de fines del siglo XIX y principio del XX?

## **Propósito**

El siguiente trabajo pretende desarrollar un producto que permita recuperar y difundir el patrimonio inmaterial (leyendas, personajes) y el patrimonio material (las construcciones de época, lugares de encuentro de la comunidad, viviendas, entre otros) de los barrios El Abrojal, Pueblo Nuevo y Centro.

La finalidad es brindar nuevas herramientas para que los habitantes de la ciudad de Córdoba y turistas de habla hispana puedan conocer parte de la historia de la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX.

A su vez, con este producto, pretendemos ofrecer una propuesta alternativa a los visitantes del Palacio de Justicia durante la Noche de los Museos.

## **Objetivos**

### **Objetivos generales**

- Contribuir a la recuperación y difusión de la cultura e identidad de la ciudad de Córdoba.
- Desarrollar un producto de comunicación a través del lenguaje sonoro.

### **Objetivos específicos**

- Diseñar, producir y realizar un circuito de audioguías para la Noche de los Museos 2019 que conecte el Palacio de Justicia con el Centro Cultural Casa de Pepino.
- Investigar sobre las leyendas de Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX y seleccionar las que permitan reconstruir la historia de los barrios El Abrojal, Pueblo Nuevo y Centro.
- Ofrecer una propuesta para conocer el patrimonio cultural material e inmaterial de la ciudad de Córdoba mediante el uso del lenguaje sonoro.
- Indagar, experimentar y consolidar al lenguaje sonoro como estrategia/recurso para comunicar.

## **Antecedentes**

La investigación y producción de este trabajo, tomó como referencias: por un lado, a las elaboraciones académicas que fueron utilizadas como fuentes para el abordaje de los ejes conceptuales de este trabajo. Y por el otro, a distintas producciones profesionales de audioguías, que sirvieron para pensar e inspirar los elementos expresivos del producto desarrollado.

### **1. Elaboraciones académicas**

- Cislak, M.A. (2005) Una leyenda de la ciudad de Córdoba: Jardín Florido. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. Investigación exploratoria sobre la vida de Fernando Albiere Bortapelle, conocido como “Jardín Florido”. Trabajo Final de Grado. Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba (FCC- UNC)
- Césare, R.I. (2005) La comunicación oral como constructora de identidad: Ballesteros y la leyenda del Pozanjón. Trabajo Final de Grado (FCC- UNC)
- Bringas Costa, A., Del Grosso V., Nuñez M.V. (2010) Realización de un producto gráfico para el almacén de la Memoria, Casa de Pepino. Trabajo Final de Grado (FCC- UNC)
- Marchezi, F. (2012) *Acessibilidade em museus de arte: questões para a elaboração de audioguias*. Tesis de maestría. Universidade Presbiteriana Mackenzie. Brasil.

## **2. Antecedentes de producciones de audioguías<sup>1</sup>:**

**Audioguía Parque Nacional Sierra de las Quijadas** (2018) Córdoba, Argentina.

Producida por Cátedras de Producción Radiofónica (FCC-UNC) y Producción Radial (Publicidad-S21).

Audioguía pensada para brindar a los visitantes del Parque Nacional Sierra de las Quijadas en San Luis, información sobre los valores culturales, naturales, arqueológicos y geológicos de este lugar.

**Audioguías de la Memoria** (2019) Lima, Perú.

Producidas por Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social (LUM).

Audioguías sobre el atentado del grupo terrorista Sendero Luminoso en la calle Tarata (Miraflores, Lima)

**Sevilla Contada, La Audioguía de la Sevilla de la Peste** (2018) Sevilla, España

Producida por Movistar +

Audioguía que recorre la capital hispalense en el siglo XVI para conocer la verdadera historia de la serie española “La Peste”.

**Recorrido Autoguiado de la Ciudad de Córdoba** (Córdoba, Argentina)

Producida por la Municipalidad de la Ciudad de Córdoba.

Este recorrido autoguiado ofrece al oyente escuchar la información del patrimonio de la ciudad.

---

<sup>1</sup> La información recabada sobre estas audioguías, se encuentran sistematizadas en los anexos.

**Audioguías Museo Observatorio Astronómico de Córdoba** (Córdoba, Argentina)

Producidas por el Área de Comunicación del Museo Observatorio Astronómico UNC.

Audioguías pensadas para facilitar el recorrido de las visitas del Museo Observatorio Astronómico de la Universidad Nacional de Córdoba.

## **Fundamentación del tema**

El circuito de audioguías Córdoba Legendaria que aquí se presenta constituye un producto que será identificado, en la Noche de los Museos, como otro aporte de la Universidad Nacional de Córdoba a la difusión y discusión del patrimonio de nuestra cultura.

El patrimonio inmaterial cumple un rol relevante en la construcción de la identidad. Las leyendas, los personajes, los habitantes de los barrios populares, las festividades como el carnaval y las disputas con los moradores del Centro, nos permiten repensar la identidad de Córdoba, ya no sólo como la ciudad clerical, cuna de doctores -La Docta-, sino también como una ciudad marcada por luchas simbólicas que se configura por la copresencia de todos los sectores sociales. Las leyendas que se cuentan en la audioguía constituyen tradiciones orales que permanecen en la memoria de la población cordobesa, aún cuando ha pasado más de un siglo del contexto en que estos relatos circulaban y se reproducían de boca en boca o de manera oral, entre los habitantes de Córdoba.

La importancia de producir un circuito de audioguías como forma de rescatar el patrimonio cultural -material e inmaterial- de la ciudad de Córdoba radica en que, debido a su naturaleza sonora, estas audioguías resultan inclusivas en tanto pueden ser disfrutadas por personas ciegas, y también, por aquellas no letradas. Además, las audioguías, poseen la ventaja de estar alojadas en un dispositivo móvil y permitir que el oyente conozca un espacio u objeto cultural sin dejar de prestar atención a los detalles del entorno que lo rodea. Estas características brindan la posibilidad de aportar al debate de los actores relacionados con la cultura sobre las formas de comunicar el patrimonio y la memoria de la comunidad.

En este sentido, las leyendas son concebidas como detonantes de procesos de significado en torno a la temática transversal de la identidad de

Córdoba y la audioguía, en tanto producto auditivo, permitiría apoyar esos procesos de construcción de sentido del patrimonio en las personas realicen el recorrido. Para que este patrimonio pueda ser discutido debe ser comunicado de manera que invite a la reflexión sobre el pasado y presente de una ciudad diversa y en constante construcción.

A su vez, en el contexto de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, la audioguía es un formato innovador en lo que refiere a las producciones del lenguaje sonoro. Como comunicadoras radiofónicas, haber trabajado sobre este recurso nos lleva a reflexionar sobre el amplio campo de aplicación que tiene el conocimiento que adquirimos, en una ciudad en la que emergen distintas narrativas que merecen ser descritas, contadas y reflexionadas.

Este trabajo final ha buscado materializar la interdisciplina como herramienta para abordar la complejidad de los temas en la medida que, como mensaje, ha sido producido por las tesistas en integración con expertos en la temática y activos actores del territorio cultural.



# **Ejes conceptuales: Cultura, Patrimonio, Museos e Identidad**

## **Aproximación al concepto de cultura**

El concepto de cultura atraviesa este trabajo, tanto en lo que respecta al contexto histórico de la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del siglo XX, como en las leyendas urbanas que se recuperan en el circuito de audioguías, las edificaciones de la época que aún conserva la ciudad y los personajes de los barrios que se recorren.

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) es una referencia en el campo, ya que como institución, su objetivo es la preservación del patrimonio cultural y natural del mundo. Es por este motivo, que sus definiciones se encuentran vigentes y legitimadas a nivel mundial por las instituciones museísticas. La concepción de cultura que este organismo ofrece es:

La cultura (...) es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (...) A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden (UNESCO, 2017).

Acudimos a la semiótica para repensar la conceptualización de la cultura. Esta perspectiva la entiende como sistemas de signos interpretables -símbolos- que interactúan. La cultura no es una entidad responsable de las causas de los modos de conducta, de instituciones y/o de acontecimientos o procesos sociales; más bien la cultura es el contexto en el que estos fenómenos pueden describirse inteligiblemente, es decir, de manera densa. Este es el sentido que expresa Clifford Geertz (1973).

Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones. Lo que busco es la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie. (p.20)

A su vez, desde otras disciplinas podemos recuperar los aportes al concepto de cultura que nos ofrece, por un lado, el sociólogo francés Pierre Bourdieu, y por el otro, el antropólogo y sociólogo George Balandier. Ambos ofrecen herramientas que permiten complejizar el concepto de cultura. Según Denys Cuche (1999), al hablar de cultura, Bourdieu generalmente se refiere a las producciones simbólicas socialmente valorizadas, como las obras artísticas y literarias; pero en las ocasiones en las que se refiere al concepto de cultura en un sentido antropológico, recurre al concepto de *habitus*. El *habitus* es definido por Bourdieu como:

(...) sistemas de disposiciones duraderas y transmisibles, estructuras estructuradas predisuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, en tanto principios

generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su objetivo sin suponer una meta consciente de fines y el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos. (Bourdieu citado en Cuche, 1999, p.104)

Al explicar este concepto, Cuche aclara que el *habitus* es aquello que distingue a una clase social respecto a otras de diferente condición social y facilita que un grupo "persevere en su ser" (Cuche,1999, p.105).

El *habitus* se naturaliza e interioriza, de modo tal que aumenta su eficacia funcionando inconscientemente en los individuos y tiene la capacidad de inventar, ante nuevas situaciones, nuevos medios para cumplir antiguas funciones. Este *habitus*, en palabras de Bourdieu, "funciona como la materialización de la memoria colectiva que reproduce en los sucesores lo que se adquirió de los antecesores" (Bourdieu en Cuche, 1999, p.104).

Otro aporte, es el de Georges Balandier, quien plantea que si la cultura puede pensarse en oposición a la idea de algo que viene dado, como si fuese una herencia cultural, transmitida de generación en generación, puede ser definida como un producto histórico, "una construcción que se inscribe en la historia, y más precisamente, en la historia de las relaciones de los grupos sociales entre sí" (Balandier en Cuche, 1999, p.87). El autor especifica que, en el momento de analizar un *sistema cultural*, es necesario "analizar la situación socio histórica que la produjo tal como es." (Balandier en Cuche, 1999, p.87) El concepto de Balandier comprende que las culturas nacen de relaciones sociales que son siempre relaciones desiguales. "Pensar que no hay jerarquías entre las culturas es suponer que las culturas existen independientemente una de las otras, sin relación entre sí." (Cuche, 1999, p.87).

Consideramos que, entender desde esta perspectiva a la cultura, es decir, como un entramado de significaciones que no es ajeno a la realidad socio cultural en la que nace, ni a las relaciones de dominación que la atraviesan, es clave a tener en cuenta en este trabajo. En primer lugar, porque es esta nueva concepción la que impulsó, en el ámbito de la museología,<sup>2</sup> la necesidad de proteger, preservar y difundir el patrimonio inmaterial en el que se incluyen, por ejemplo, las leyendas -los cambios que se introducen, serán detallados en el apartado de museos-. Y en segundo lugar, porque este concepto nos brinda herramientas para pensar el producto realizado. Es así, que para dar sentido a las leyendas urbanas de la audioguía, se investigó sobre el contexto histórico y social de la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

## **La cultura popular**

Desnaturalizar la oposición de *culto* e *inculto*, permitió que ya no se identificara sólo a las creaciones de la elite como las únicas detentoras de la legitimidad para ser calificadas como cultura. La incorporación del concepto de cultura popular visibilizó la necesidad de incluir la protección del patrimonio inmaterial en las políticas culturales de los Organismos Internacionales como la UNESCO. Más adelante, en el apartado dedicado al patrimonio, se profundizará este punto.

---

<sup>2</sup> Uno de los conceptos de museología que acepta el ICOM es el de Georges Henri Rivière: “La museología es una ciencia aplicada, la ciencia del museo. Estudia su historia y su rol en la sociedad; las formas específicas de investigación y de conservación física, de presentación, de animación y de difusión; de organización y de funcionamiento; de arquitectura nueva o musealizada; los sitios recibidos o elegidos; la tipología; la deontología”.(Rivière, citado en Desvallés et al., p.62).

Otra acepción a este concepto es la de Bernard Deloche cuya propuesta es definir a la museología como la filosofía de lo museal. El autor interpreta que esta tiene dos funciones: ser una ética reguladora de los museos y servir de meta-teoría a la ciencia documental intuitiva concreta (Deloche, citado en Desvallés et al., p.60 ).

En noviembre de 1989, la UNESCO elaboró, en la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, un concepto sobre cultura popular asentado en la “Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular”. En este documento, se estableció que la cultura tradicional y popular es patrimonio universal de la humanidad. Además, se la consideró un vehículo de acercamiento entre los pueblos y grupos sociales existentes, afirmando la identidad cultural de los mismos. La organización resaltó la relevancia social, económica, cultural y política de la cultura tradicional y popular y su protagonismo en la historia de los pueblos y en la cultura contemporánea. En dicho documento, la UNESCO define a la cultura tradicional y popular como:

El conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes.  
(UNESCO, 1989)

Además, el organismo reconoce la extrema fragilidad de algunas de las formas de la cultura tradicional y popular. Entre estas, se detiene en aquellas relacionadas a las tradiciones orales, al considerar que los aspectos constituyentes de las mismas son los que más peligran en extinguirse (UNESCO, 1989).

Otra definición de lo popular, lo considera “la historia de lo excluido: de los que no tienen patrimonio o no logran que ese patrimonio sea reconocido y conservado” (Zubieta, citado en Lacarrieu, 2007, p. 49). En relación a este concepto, la doctora en Antropología Social, Mónica Lacarrieu brinda una reflexión que se relaciona con el presente trabajo final al expresar que “los excluidos, o carentes de patrimonio, han sido colocados históricamente en las aldeas de los nativos, en los espacios del buen salvaje, sin alcanzar el reconocimiento y legitimación de su cultura” (Lacarrieu, 2007, p.49). La autora puntualiza que en las urbes, la desigualdad también se impregna en la dimensión cultural y que estas comunidades, desde el punto de vista material, generalmente, son no-productoras culturales. Sin embargo, estos grupos sí son productores en el plano inmaterial de la cultura (Lacarrieu, 2007).

## **Hacia una mirada global y participativa del patrimonio**

Parte de la relevancia de este circuito de audioguías reside en la posibilidad que ofrece al oyente de conocer algunas de las manifestaciones materiales e inmateriales del patrimonio de la ciudad de Córdoba, Argentina. En el presente texto, se hará referencia al concepto de patrimonio en términos de *construcción social* (Prats, citado en García Cuetos, 2012) porque es la sociedad la que adjudica sentido y contenido al patrimonio “reconociendo determinados edificios, lugares, objetos, costumbres y personas como señas de identidad colectiva” (García Cueto, 2012, p. 17).

Una concepción institucionalizada del patrimonio, abordada por la UNESCO, lo divide en:

- **Patrimonio natural:** formaciones geológicas y fisiográficas, monumentos naturales, lugares o zonas naturales.
- **Patrimonio cultural:** actualmente, es subclasificado en inmaterial y material.

Sin embargo, la UNESCO no siempre incluyó a las demostraciones intangibles de la cultura como una categoría del patrimonio cultural. Aún en 1972, este organismo internacional sólo distinguía lo tangible como patrimonializable. En la *Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*, se estableció, en el artículo 1º, lo que comprendía el ‘patrimonio cultural’:

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.

Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.  
(UNESCO, 1972, p.2)

Tal como se puede advertir, esta enumeración sólo incluía creaciones humanas tangibles. La discusión acerca de la incorporación de las expresiones populares inmateriales se mantuvo latente en el campo de la reflexión museológica hasta que, en el año 2003, se produjo un giro en la concepción de patrimonio al realizarse la Declaración de la Convención por la Salvaguarda del Patrimonio Inmaterial, en París en octubre de ese año. En este documento, la

UNESCO reconoció, por primera vez, el concepto de *Patrimonio Inmaterial* y englobó dentro del mismo a “las tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional” (UNESCO, 2003). Esta definición también fue suscrita por el Consejo Internacional de Museos (ICOM)<sup>3</sup>, entidad nacida y dependiente de UNESCO.

El ICOM establece como patrimonio inmaterial o intangible a “todas las expresiones vivas, las tradiciones que numerosos grupos y comunidades del mundo entero recibieron de sus antepasados y siguen transmitiendo a sus descendientes, muchas veces oralmente” (ICOM, 2003).

Una vez incorporado el concepto de “patrimonio inmaterial”, se arribó, durante la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre el Patrimonio Cultural, llevada a cabo en México, a la siguiente definición:

El patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas (UNESCO, 1982, p.3).

Este cambio es significativo, al reconocer no sólo una doble dimensión en el patrimonio cultural, sino también, como lo expresa García Canclini, visibiliza el patrimonio de las culturas populares que, históricamente, se

---

<sup>3</sup> El ICOM posee su sede en la casa de la UNESCO en París, Francia y reúne a los museos y profesionales de todo el mundo desde 1946 (ICOM, 2017).



encontraban en desventaja a las elites respecto a la acumulación y conservación de su patrimonio material. Ese desequilibrio en la representatividad patrimonial es producto, para el autor, de las desigualdades sociales que permitieron, por ejemplo, a las clases sociales altas coleccionar, conservar y donar sus bienes para ser expuestos en un museo; o patrimonializar las construcciones representativas de su cosmovisión, al haber sido las poseedoras de la riqueza y el conocimiento arquitectónico necesario para que estas edificaciones sean imponentes y cautivantes (García Canclini, 1999).

Sin embargo, las críticas a la UNESCO no cesan, con la aceptación de esta institución de nuevas formas de patrimonio, alejadas de la materialidad. Justamente, lo que muchos pensadores cuestionan, es que este organismo se adjudique un papel legitimador de lo que debe o no considerarse patrimonio, con la finalidad última de responder a los intereses de las culturas hegemónicas. Una de las evidencias de esta situación, es la “lista del patrimonio mundial”<sup>4</sup> en la que la UNESCO establece que ciertos lugares pertenecen al “patrimonio común de la humanidad” al considerar que poseen “un valor universal excepcional” (UNESCO, 2019). Esta lista supone diversas contradicciones. En principio, sólo puede ser gestionada por los representantes de alguno de los Estados Partes interesados, que deben cumplir las *Directrices Prácticas* para la aplicación de la Convención del Patrimonio y sus 38 artículos. Esto implica, la necesaria pertenencia a la UNESCO, además del cumplimiento de todos los requisitos necesarios para ser partícipes de las decisiones.

Esta *universalización* del patrimonio que instauró la UNESCO, es objetada, entre otros, por Jesús Martín Barbero. El autor, en una conferencia sobre patrimonio mundial, cuestiona que lo que este organismo reconoce, es en gran parte, aquello que le pertenece a los países dominantes. Además, critica que la UNESCO sólo establece interlocución con los representantes del Estado

---

<sup>4</sup> Esta “lista de patrimonio mundial” se realizó en 1972 en la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural” organizada por la UNESCO. Actualmente son 167 los países que adhieren a este convenio y 1.073 sitios (832 culturales, 206 naturales y 35 mixtos) los que figuran en la lista. (UNESCO, 2019).

Nación. Barbero (2008) sostiene que la consecuencia de estas políticas es que incorpora un concepto hegemónico de valor ligado a lo económico y un etnocentrismo disfrazado. Además, señala que existe “una contradicción al hablar de obras de valor universal, cuando sabemos que todo valor es cultural y, por tanto (...) tiene siempre una referencia al lugar desde el cual se habla” (PortalGC UB, 2008, 3:25).

En su texto *Patrimonio: el futuro que habita en la memoria*, Barbero (2019) adjudica a las comunidades locales el conocimiento del verdadero sentido y valor del patrimonio. Al citar a Walter Benjamin, expresa que el valor cultural está ligado al sentido que las cosas tienen para sus usuarios y herederos. Con esto quiere evidenciar que la cultura tiene valores diferentes u ordenamientos disímiles de los mismos (Benjamín citado en Barbero, 2019, p.8 ).

Para definir lo que es patrimonio, Barbero (2019) retoma la definición de Néstor García Canclini, en la que su colega expone que “el patrimonio es la legitimación metafísica de lo nacional” (Canclini, citado en Barbero, 2019, p.15). Con esta afirmación, Canclini expresa que fue el patrimonio el único aglutinante cohesionador de la comunidad, por ende, el imaginario constitutivo de la nacionalidad. Esto ha provocado que el patrimonio sea asumido *monoteístamente*: sin contradicciones históricas y con un concepto de cultura desligado de las batallas históricas. Esta concepción, para Canclini, empieza a ser cuestionada por una crisis de lo nacional y la explosión de las memorias colectivas (movimiento de mujeres, minorías étnicas, entre otras) (Canclini, citado en Barbero, 2019).

Barbero retoma a Benjamin, para reflexionar sobre la existencia de una *nueva percepción de la temporalidad*: la memoria ya no es la recuperación de un pasado sellado, sino por el contrario, de uno inconcluso. Lo que Martín

Barbero plantea es que todo este debate permite pensar al patrimonio en términos de Bourdieu, como un “capital cultural<sup>5</sup>” (Bourdieu en Barbero, 2019).

En relación al párrafo anterior, Néstor García Canclini en *Los Usos Sociales del Patrimonio*, define que el patrimonio cultural “expresa solidaridad que une a quienes comparten un conjunto de bienes y prácticas que los identifica” pero que “suele ser también un lugar de complicidad social”. Esto se traduce en una incapacidad para percibir las disparidades que se producen en la relación de cada grupo social con el patrimonio (Canclini, 1999).

García Canclini afirma que, aún cuando la noción antropológica de cultura que “confiere legitimidad a todas las formas de organizar y simbolizar la vida social” ha sido reconocida tanto en naciones como en organismos internacionales, aún existe una “jerarquía de los capitales culturales”. (Canclini, 1999). Para ejemplificar, el pensador cuestiona el valor que se le concede al arte, considerada *alta cultura*, en comparación a las *artesanías* o la preferencia de la cultura escrita por sobre la oral, aun en los países en los que los movimientos revolucionarios incorporaron en la definición de *cultura nacional* a los saberes y prácticas campesinas e indígenas (Canclini, 1999, p.84).

García Canclini adhiere a pensar al patrimonio en términos de Bourdieu, al considerar que posibilita alejarnos de plantearlo como “un conjunto de bienes estables neutros con valores y sentidos físicos fijos” para entenderlo como un “proceso social que se acumula, se renueva y produce rendimientos de los que diversos sectores se apropian en forma desigual” (Canclini, 1999, p.18).

Actualmente, al referirnos a patrimonio, lo podemos hacer desde el concepto de *patrimonio integral*. Esta nueva construcción teórica no sólo es superadora de la dicotomía entre natural y cultura, sino que también procura la

---

<sup>5</sup> En términos de Bourdieu el capital cultural son las actitudes, conocimientos, características y cualidades que aseguran la adjetivación de “culto” a un sujeto (Bourdieu citado en Oliva Abarca, 2018). Para Oliva Abarca, el sociólogo considera que el capital cultural se basa en tres instancias: En principio, el estado incorporado que es la transmisión y acumulación de experiencias, valores, saberes y actitudes. Luego, continúa el estado objetivado, que consiste en la posesión de bienes culturales tangibles. Y finaliza en el estado institucionalizado, que es la constancia avalada por instituciones legitimadoras. (Oliva Abarca, 2018)

igualdad de oportunidades de participación de todos los colectivos sociales en las decisiones que sobre la interpretación y uso de ese patrimonio.

Yoli A. Martini afirma que el *patrimonio integral* significa el conocimiento y protección del patrimonio como problemática global y compleja. Es por esto, que debe abordarse desde lo natural y de lo cultural integradamente, innovando conceptual y metodológicamente. Esta perspectiva entiende que el patrimonio integral, está vinculado a la *micro-historia* de un lugar y se constituye por la *memoria colectiva local* (2010, Martini, p.119).

Bajo esta mirada, el patrimonio es objeto de un uso social por parte de esa comunidad, por lo que no sólo lo podemos conceptualizar como un conjunto de bienes tangibles e intangibles, sino que también debemos entenderlo como el producto de un capital social que es interpretado y valorado en función de intereses e ideologías.

Apreciar al patrimonio con el calificativo de *integral* es comprenderlo en relación a sus habitantes y su territorio, procurando establecer políticas que mejoren la calidad de vida de la comunidad para obtener un desarrollo económico y social sustentable mediante la metodología de la gestión integral de los recursos patrimoniales a partir de estrategias territoriales.

## **El concepto de museo y los nuevos desafíos**

Aproximarnos al concepto de museo es imprescindible para comprender el contexto de circulación del producto de este trabajo final, es decir, el evento denominado La Noche de los Museos, iniciativa del Programa de Museos de la Universidad Nacional de Córdoba.

Actualmente, el ICOM define al museo en base a los estatutos adoptados por la 22<sup>a</sup> Asamblea general en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007.

Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo. (Estatutos del ICOM, 2007)

El ICOM declara objetivo fundante, establecerse como un espacio de *reflexión museística* en el que se pueda debatir y consensuar las definiciones esenciales de este campo atendiendo a los asuntos deontológicos, es decir, a la base moral y ética que sustenta esta práctica. Este espacio permite actualizar las concepciones que se elaboran sobre lo que es o no es un museo, de acuerdo a las mutaciones ideológicas, históricas, políticas, culturales y económicas de la sociedad. De hecho, aunque el concepto vigente es el expresado anteriormente, ya se han empezado a debatir otras alternativas. Luego de la Conferencia General del ICOM de 2016 en Milán, se designó al Comité sobre la Definición de Museo, Perspectivas y Posibilidades que tiene como objetivo “ofrecer una perspectiva crítica sobre la definición actual.” (ICOM, 2019). Este comité tuvo la tarea de proponer una definición revisada de museo, pero, durante la Conferencia General de 2019 en Kioto,<sup>6</sup> no se llegó a un consenso por lo que el concepto se encuentra aún en debate.

Otra de las definiciones sobre museo es la emitida en el I Encuentro Iberoamericano de Museos realizado en Salvador de Bahía en 2007. La Declaración refleja una evolución del concepto influenciada por la *Nueva Museología* que entiende al museo centrado en el desarrollo de su función social. Esta declaración tuvo el objetivo de proponer a los gobiernos iberoamericanos la adopción de estrategias conjuntas para la práctica de políticas públicas en el campo de los museos y la Museología. Esta corriente expresa que los museos son:

---

<sup>6</sup> Sitio del ICOM. Última Consulta: 04\11\2018 Disponible en: <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

Instituciones dinámicas, vivas y de encuentro intercultural, como lugares que trabajan con el poder de la memoria, como instancias relevantes para el desarrollo de las funciones educativa y formativa, como herramientas adecuadas para estimular el respeto a la diversidad cultural y natural y valorizar los lazos de cohesión social de las comunidades iberoamericanas y su relación con el medio ambiente (Encuentro Iberoamericano de Museos, 2007).

Nos interesa este concepto en particular porque destaca “el importante papel de los museos en la salvaguarda del derecho a la apropiación creativa de la memoria y del patrimonio como parte de los derechos socioculturales de todos los ciudadanos Iberoamericanos” (Ibermuseos, 2007, p.3).

Hasta aquí, los conceptos de museo surgen de tratados y convenciones y se refieren a las funciones tradicionales y comunes a los museos de preservación, protección, difusión e investigación del patrimonio. Néstor García Canclini aporta que el rol del museo debe ser, “integrar las múltiples culturas, religiones y lenguajes que confluyen en la posmodernidad y generar un espacio que potencie la convivencia de lo diferente” (Canclini, 2015, p.106). El autor plantea necesario re-imaginar los museos como espacios de diálogo en esta multiplicidad de lenguajes, disciplinas y narraciones.

En relación a esto, citamos al sociólogo brasileño Mario Chagas quien afirma que debemos apropiarnos de los museos ya que uno de los desafíos es aceptarlos como “campos de tensión entre el cambio y la permanencia, la movilidad y la inmovilidad, lo fijo y lo volátil, la diferencia y la identidad, el pasado y el futuro, la memoria y el olvido, el poder y la resistencia” (Chagas, 2008, p.17).

Finalmente, rescatamos los aportes de la corriente denominada “Museología Social”. Esta perspectiva transforma la visión tradicional sobre los museos e incorpora las nociones de *comunicación y cultura* dentro del ámbito museístico.

Para Mirta Bonnin<sup>7</sup> la Museología Social quita la “investidura de cultura como algo importante. En el modelo de museo tradicional, el museo está aislado de una respuesta; hay una comunicación unidireccional: del museo hacia la sociedad” (M. Bonin, comunicación personal, 04 de septiembre de 2018) “La Nueva Museología invierte este concepto, pasa de un objeto a un patrimonio (natural y cultural), de un público a una comunidad y de un edificio a un territorio; es decir plantea que el museo y la sociedad interactúen” (M. Bonnin, comunicación personal, 04 de septiembre de 2018). Bonin explica que “el museo es una propuesta; propone a la sociedad los temas y reconoce la posibilidad de múltiples lecturas. Y no sólo la multiplicidad de lecturas, sino también de conflictos. Puede haber miradas divergentes respecto a esto, opiniones contrarias” (M. Bonnin, comunicación personal, 04 de septiembre de 2018)

Al diferenciar ambas miradas, Bonnin expresa: “Por un lado encontramos esta visión del museo tradicional que emite lo que se considera cultura, ciencia y conocimiento. Y otra visión es la de este museo que dialoga y que contiene las herramientas para que la gente opine y disienta. (...) Los problemas no surgen de las colecciones o el patrimonio en sí, sino que surgen de la sociedad” (M. Bonnin, comunicación personal, 04 de septiembre de 2018)

En este punto, volvemos a Mario Chagas quien afirma que, a lo largo de la historia, los museos han funcionado como “registros de memoria” de las clases altas o como “dispositivos ideológicos del Estado” y como “disciplinadores y controladores del pasado, el presente y el futuro” pero ahora se puede observar un “proceso de democratización, de resignificación y de

---

<sup>7</sup> La Magister Mirta Bonnin es ex directora del Museo de Antropología, FFyHH de la UNC y ex directora del Programa de Museos Universitarios, PROMU.

*devoración*”. Esta *democratización* como expresa Chagas: “No se trata solo de democratizar el acceso a los museos ya instituidos, sino de democratizar el propio museo entendido como tecnología, como herramienta de trabajo, como dispositivo estratégico para una nueva y creativa relación con el pasado, el presente y el futuro” (2017, Chagas, p.1).

Museo es un concepto dinámico, y este carácter inquieto no deja de expresar un trabajo constante de la comunidad museística por adaptarse a los cambios de paradigmas, en cuya base, como hemos revisado, han sido fundamentales las nociones de interculturalidad, comunicación y cultura.

Así como expresa Yoli A. Martini, las renovaciones museológicas del último tiempo, han transformado el museo “estático y elitista, tanto científica como socialmente ” y lo convierte “no sólo en fuentes de información o instrumentos de educación, sino en verdaderos espacios y medios de comunicación entre la comunidad y el producto cultural y su proceso” (Martini, 2006, p.4). Para la autora, se debe perseguir una concepción de museo “que diga algo o que haga decir algo al objeto, que motive a pensar al visitante, que lo relacione con su pasado histórico o le actualice su relación con él, entendido como herencia y que, además, tenga argumento y unidad discursiva mínima” (Martini, 2004, p.6).

## **Comunicar el patrimonio**

En este apartado, desarrollaremos el concepto de comunicación y su relación con la educación, entendiendo que el circuito de audioguías, como producto de comunicación, tiene como objetivo que los destinatarios conozcan el patrimonio material e inmaterial de la ciudad como primera aproximación hacia un proceso reflexivo sobre la relevancia de la preservación y la difusión de estos bienes culturales.

Nuria Rodríguez Ortega en su artículo *Discursos y narrativas digitales desde la perspectiva de la museología crítica* (2011), señala cuatro



transformaciones introducidas por las nuevas formas de pensar el museo: Primero, que el objeto ya no es valioso *per se* (contemplación o disfrute) sino que su nuevo valor radica en su capacidad para desarrollar una idea y propiciar reflexión; segundo, que la museografía ya no debe ser vista como algo neutral, como un “soporte invisible”; Tercero, que dentro de este concepto hay una nueva forma de distribuir a los actores en términos de participación, en donde el receptor es al mismo tiempo partícipe en la producción del discurso; cuarto, una clara pluralidad de los discursos, con una prelación por los históricamente silenciados. (Rodríguez, 2011, pág. 16).

Estos nuevos modos coinciden en una comunicación pensada como producción social de sentidos (Mata 1991, Huergo 2004), lo cual permite ampliar la mirada hacia el terreno de la cultura. Es decir,

reconocemos los procesos culturales como aquellos espacios dentro de los cuales se produce una lucha por el sentido, donde los sujetos (individuales o colectivos) interpelan y se ven interpelados en una puja constante por la significación de la experiencia, de la vida y del mundo (Huergo, 2004).

Sólo hay comunicación si hay diálogo. Desde hace muchos años, conviven dos maneras de comprender el término comunicación. Por un lado, la idea de que es el acto de transmitir, emitir e informar; y por otro lado, significa intercambio, diálogo, relación de compartir, de encontrarse.

En la segunda acepción, se retoma la idea que el término comunicación deriva de *communis* (raíz latina) la cual significa: “poner en común algo con otro” (López Vigil, 2015, p.11). Kaplún plantea que esta acepción se fue olvidando debido a la irrupción de los medios masivos de comunicación. Para estudiar estos medios se diseñó una teoría de la comunicación enfocada en la trasmisión de mensajes y señales. Las grandes empresas comenzaron a difundir

esta concepción de la comunicación, y poco a poco, esta dejó de enfocarse en las relaciones humanas para empezar a centrarse en la técnica, la electrónica y la ingeniería. (Kaplún, 1998) En esta acepción del término, los emisores se ubican por encima de los receptores, corriente que todavía podemos identificar en algunos espacios.

Reivindicar el concepto de la comunicación como hecho cultural, implica mucho más que revisar la cuestión semántica del término. Para volver a entender a la comunicación como *diálogo* y como *común/unión* es necesario reivindicar al hombre, y principalmente, a los sectores dominados.

Los hombres y los pueblos de hoy se niegan a seguir siendo receptores pasivos y ejecutores de órdenes. Sienten la necesidad y exigen el derecho de participar, de ser actores, protagonistas, en la construcción de la nueva sociedad auténticamente democrática. Así como reclaman justicia, igualdad, el derecho a la salud, el derecho a la educación, etc., reclaman también su derecho a la participación. Y, por tanto, a la comunicación. (Kaplún, 1998, p. 63).

La comunicación, así entendida, es un proceso por el cual las personas desarrollan intercambios de producción de significaciones en un marco social y cultural. A través de estos intercambios van procesando identidades, normas y valores.

La comunicación es ese terreno en donde proponen sus propios sentidos, negocian y compiten para convertir sus significados en hegemónicos. Es una dimensión transversal de la vida de las personas y la cultura que entreteje las relaciones sociales.

Tal como la entendemos debe ser democrática, horizontal, liberadora y estar al servicio de la mayoría; tener como fin último favorecer el desarrollo de

individuos críticos y ser un eslabón que permita construir una sociedad cada día más democrática. Es decir, definir desde qué concepción de comunicación miramos el mundo tiene que ver con decidir qué tipo de sociedad queremos construir.

## **Producción de sentidos y formación**

El ámbito de comunicación/educación conjuga en un solo movimiento producción de sentidos y formación de sujetos. Jorge Huergo afirma, al respecto que “en los espacios y prácticas sociales es posible observar una dimensión educativa, en cuanto en ellos se producen interpelaciones, “llamados” a ser de determinada manera, a hacer de algún modo las cosas, a pensar, a adherir a valores, etc.; y ante esas interpelaciones, los sujetos experimentan reconocimientos, incorporando al menos algún aspecto de esas interpelaciones. En una palabra, toda la cultura posee una dimensión educativa y formativa”. (Huergo, 2009).

La perspectiva cultural sobre la comunicación/educación posee una larga historia no sólo en el mundo, sino también en Argentina. Este enfoque pone el énfasis en el hecho de que todos los espacios socioculturales son educativos por ser los escenarios donde se desarrolla la vida humana, es decir, ubica a la educación como un proceso relacionado con la totalidad del mundo sociocultural, y no sólo con la escuela.

En ese sentido, también los museos y sus patrimonios, como producciones de la cultura, proporcionan modos de comprender el mundo y la vida, y, en particular, de construir nuestra identidad. En la dimensión educativa de estas producciones, nos interesan en particular el modelo de educación que enfatiza en el *proceso*, es decir, que considera importante la transformación de las personas y de las comunidades. No pone el foco en los contenidos que se comunican, ni en los efectos logrados en el comportamiento de las personas, sino que está interesada en promover “la interacción dialéctica entre las

personas y su realidad” (Kaplún, 1998, p. 19), en el desarrollo de la conciencia social y en el crecimiento de las capacidades intelectuales de las personas.

Ante el interrogante sobre cuál es el modelo de comunicación que subyace a las prácticas de los museos, se puede aproximar a una respuesta desde el planteo de Mirta Bonnin, cuando afirma:

[En la Nueva Museología] no consideramos que el museo sale a la calle (...) consideramos que el límite del museo no es la puerta de ingreso principal del museo, porque el contexto territorial, sociocultural y demás también es parte del museo (...) Queremos ir un poco más allá, no sólo hacia un público amigo, sino también a un público que interpela, interrumpe, propone. (M. Bonnin, comunicación personal, 04 de septiembre de 2018)

## **Museos y nuevos lenguajes**

¿Qué transformaciones necesita el museo para comunicarse con su sociedad? Jesús Martín Barbero, aludiendo a Benjamin, expresa:

Más que un conjunto de nuevos aparatos, de maravillosas máquinas, la comunicación designa hoy un nuevo *sensorium*: nuevas sensibilidades, otros modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio, nuevas maneras de reconocerse y de juntarse (Barbero, 1996, p.11).

Las tecnologías de la información y la comunicación han generado mutaciones en los lenguajes, las disciplinas y las narraciones, también en el campo de los museos. Al tomar nota de estos procesos, los museos han comenzado a transformar las maneras de contar sus historias. Es decir, tomar en cuenta estos procesos para adecuarse, cambiar y reestructurarse en base a las

mutaciones, y de ese modo, posibilitar el diálogo y relación con nuevos públicos o visitantes.

En el apartado de museos, se citó a García Canclini que define a los museos como espacios de diálogo entre multiplicidad de lenguajes, disciplinas y narraciones (Canclini, 2015). Dentro de este crisol, se puede incluir la coexistencia de lo “viejo”, aquello que el museo debe preservar, y lo “nuevo” que resulta del uso de las nuevas tecnologías al servicio de la difusión del patrimonio.

Sobre esto se expone en el artículo *Museos de nueva generación: la pantalla como acceso*, de María Luisa Bellido Gant y David Ruiz Torres (2012). Los autores afirman que, en los últimos tiempos, las sociedades se rigen por conceptos como *ocio, cultura, patrimonio y conservación*. Estas nociones son las que esculpen una imagen social que se nutre, por un lado, de la valorización del pasado como un vehículo del desarrollo y una herramienta de conocimiento, y por otro, de la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito patrimonial. Estas dos situaciones antes parecían inconciliables, pero en la actualidad, resalta la necesidad de integrarlas (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012). Esto se debe, primordialmente, a las potencialidades que poseen las tecnologías para difundir y el papel didáctico y/o educativo que pueden asumir. Los autores recalcan que las tecnologías también se han beneficiado del patrimonio, al haberse *humanizado* con los aspectos de éste. Estos investigadores centran la atención en que la idea del valor esencial que adquiere la *globalización* en esta relación de Museo, Patrimonio y Nuevas<sup>8</sup> Tecnologías, ya que no se debe permitir que la globalización genere una homogeneización de la cultura y de los aspectos patrimoniales de cada comunidad, sino que, se debe procurar alcanzar un sistema mixto que sea integrador, democratizador y que contribuya a la diversidad (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012).

---

<sup>8</sup> En el original se nombra: Nuevas Tecnologías.

Las tecnologías son un actor relevante en esa integración en parte, por sus posibilidades didácticas: crear filtros de acceso según el interés del visitante, organizar los contenidos según las disponibilidades docentes o divulgativas y lograr estructurar la información para el usuario o destinatario (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012). Además, permiten generar contenido en diversos soportes -audio, video, texto, música- y ofrecer disponibilidad constante del bien. Ambas ventajas, generan mayor proximidad y accesibilidad de los usuarios de estas tecnologías al patrimonio. (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012).

Es relevante recordar que, en el contexto de emergencia de las tecnologías, existe una *fractura digital*<sup>9</sup> que genera un nuevo tipo de exclusión social o cultural. Estrecharla, implica emprender políticas de alfabetización e inclusión digital. Mientras esta brecha siga existiendo, los museos deben aplicar las tecnologías, siempre teniendo en cuenta que su utilización sea accesoria y accesible, que no debe ser el único recurso, para no reiterar la exclusión de esos amplios sectores analfabetos digitalmente o que carecen de acceso a esas tecnologías (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012).

Para Bellido Gant y Ruiz Torres, el uso de las tecnologías no debe caer en la trivialización del patrimonio sino, por el contrario, encaminar todos sus esfuerzos para darlo a conocer, poniendo los medios y los instrumentos necesarios para que sea *disfrutado, apreciado y valorado* por la mayor cantidad de público posible (Bellido Gant y Ruiz Torres, 2012).

---

<sup>9</sup> Una acepción común al concepto de *fractura digital*, es aquel que lo define como aquella que divide las sociedades y los territorios por un acceso desigual a las TICs. (Dupuy, 2007, p.115) El autor expone que la utilización de “fractura digital” o “brecha digital” no es sólo una cuestión de traducciones. Sino, que a su vez, se trata de perspectivas diferentes. Si bien “brecha” es la traducción más próxima a su original en inglés, utilizar el término de “fractura” es entender a estas desigualdades como “un efecto acumulativo y que dan lugar a una dinámica pernicioso, a círculos viciosos que implican a otros sectores además del estrictamente digital (...) Una brecha se zanja, un rift se amplía, y a menudo es difícil hacer desaparecer completamente una fractura” (Dupuy, 2007, p.116)

## La tradición oral en debate

Oralidad y tradición oral no nombran lo mismo: la oralidad es el sistema de transmisión de cualquier intercambio lingüístico; en cambio, la tradición oral se relaciona con las narraciones que, por lo general, se transmiten en las comunidades de generación en generación. Estas narraciones orales son las encargadas de “transmitir sistemas de ideas, valores, enseñanzas, tradiciones y patrones de conducta, dando un sustento ancestral a la cultura actual de las comunidades” (Álvarez, 2012, p.6).

Otra definición de tradición oral la brinda Ramón Alvarado Jiménez (1994) quien considera que las tradiciones “no se constituyen por obra de la azarosa creatividad subjetiva, o por la mera influencia de circunstancias geográficas, histórica u otras. Son producto del imaginario y las representaciones sociales, en otras palabras, son elaboraciones cognoscitivas, patrones comunicativos y culturales incesantemente recreados y reconocibles por los miembros de una comunidad” (Alvarado Jiménez, 1994, p.36).

La tradición oral es entendida, por varios autores, como literatura oral. Sin embargo, Walter Ong<sup>10</sup> se opone a la utilización de este término, ya que la etimología de la palabra *literatura* proviene del latín y significa “letra del alfabeto” (Walter Ong, citado en Colombres, s/f). Para Ong, hablar de literatura oral es referirse a una cosa en términos de otra. En opinión del académico, las implicancias de hablar de literatura oral es presentar a la oralidad como una variante de la escritura (Colombres, s/f).

Para el antropólogo argentino, Adolfo Colombres, la objeción de Walter Ong es acertada si se la revisa desde un “purismo conceptual”, en cambio, considera que es importante entender cuáles son “los significados que

---

<sup>10</sup> Walter Ong (1912-2003). Entre las obras de este autor, sobresale “*Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*”. Ong es uno de los académicos más citados al momento de abordar este concepto. Fue un sacerdote, filósofo, teólogo y profesor de literatura inglesa. (Fondo Cultura Económica, 2016)

históricamente se les asignaron [a la oralidad], lo que tienen de exclusivo e inclusivo, de prestigioso y oprobioso” (Colombres, s/f, p.2).

Es así que Colombres repasa el origen de la expresión “literatura oral” y explica que este término fue creado por Paul Sébillot en 1881. El término aparecía en un libro que publicó ese año y que era una recopilación de géneros de tradición oral como cuentos, leyendas, mitos, proverbios y cantos de la Alta Bretaña. El antropólogo plantea que es un desacierto dejar de usar este concepto para hablar de “oralitura”, como algunos proponen, ya que considera que encajonar estas producciones es dificultar su inclusión en lo artístico. (Colombres, s/f). Frente a esta postura, Ong propone utilizar el término *arts forms* -en español significa “artes verbales”- como un término para unificar lo que él considera la verdadera literatura, la escrita, y las *voicings*, sonorizaciones.

Sin embargo, Colombres reafirma el concepto de “literatura oral”, entendiendo que:

lo literario no debe ser definido por la expresión narrativa y lírica en sí, al margen del sistema por el que se canaliza (oral o escrito). Ello facilita también el abordaje a la literatura popular, que puede ser oral o escrita, y esta última resultar de una escritura directa (..) o bien de una transcripción de un discurso oral realizada por un compilador” (Colombres, s/f, p.16).

Expresadas las disidencias al respecto, rescatamos las consideraciones de Colombres y, por ello, encontramos pertinente el uso del concepto de literatura oral y entendemos que los relatos orales están englobados dentro del mismo. Entiéndase que, a continuación, al hablar de las características de la



literatura oral, estamos hablando de todos aquellos géneros que pertenecen a la tradición oral<sup>11</sup>.

En su libro *Literatura oral en África* (1976), el académico Ruth Finnegan expone que la literatura oral depende, por definición, de un *actor* que la elabora a través de las *palabras* en una ocasión específica. Este actor es entendido tanto en el significado que le asigna la sociología como en el que lo define la dramaturgia (Finnegan en Alvarado Jiménez, 1994, p.45).

Recuperamos cuatro premisas sobre la literatura oral que Finnegan señala ya que permiten indagar en profundidad la literatura oral.

1. A diferencia de la literatura escrita, la oral depende de la 'ocasión de su interpretación', es decir que es variable o versátil.
2. Su forma de composición se encuentra estrechamente ligada al acto de interpretación o *performance*.
3. La composición y la transmisión no se da por la memorización palabra por palabra, sino por el mismo acto de *performance*.
4. No existe el concepto de una versión "auténtica" o "correcta"; en toda tradición oral que atraviesa el tiempo, hay un fondo de verdad. (Finnegan en Alvarado Jiménez, 1994, p.46).

Respecto a esta última característica de la tradición oral, Adolfo Colombes, explica que "en toda tradición oral que atraviesa el tiempo hay un fondo de verdad" (Colombes, s/f, p.16). Es por ello que "la verdad no es sólo una propiedad de los acontecimientos: también el imaginario social está

---

<sup>11</sup> Nos referimos a las leyendas retomadas en este Trabajo Final como las de La Pelada de la Cañada, el Chancho Benedicto, el Farol y la Gallina Gigante.

expresando una verdad. Lo que ocurre en el universo simbólico no es más que una traducción al imaginario de determinados hechos, que no serán los mismos que los que narra el símbolo, pues este siempre disfraza, traspone” (Colombres, s/f, p.17).

En el primer supuesto, Finnegan define a la “literatura oral” en contraste con la escrita. Tal como lo expresamos en párrafos anteriores, Walter Ong no está de acuerdo con hablar de literatura oral al considerar que “la oralidad es la casa de lo sagrado”, mientras la escritura literaria “es un intento de desacralizar lo sagrado y afirmar autonomía”. Esa es la explicación de Walter Ong para la transmisión oral de los mitos. “Estos mitos (...) al trasladarse al relato, dejan de ser vivencia, por lo que, a la larga, devienen en una ficción, perdiendo su aura de “*vera narratio*”<sup>12</sup>” (Ong en Colombres, s/f, p.17).

Para Adolfo Colombres, la oralidad y la escritura son dos sistemas independientes, y resulta estéril considerar que uno es superior al otro en una escala evolutiva o por sus cualidades. El antropólogo expresa que afirmar esta independencia no implica negar su interacción, que en ocasiones podría llegar a imbricarse (Colombres, s/f). Colombres considera que el relato oral, como medio para transmitir conocimientos, posee una carga subjetiva. Esto lo hace móvil e incaducable, ya que, a diferencia del libro, se transforma porque encuentra respuestas a nuevas situaciones y necesidades simbólicas. “Es en la literatura oral donde se halla el potencial expresivo de la cultura popular” (Colombres, s/f, p.19).

## **Leyendas y antropología urbana**

La antropóloga colombiana Eugenia Villa Posse en su libro *Mitos y leyendas de Colombia* (1993) define a la leyenda como aquella literatura oral constituida por “valores, tradiciones y conocimientos transmitidos verbalmente mediante diversos estilos narrativos de una generación a otra”(Villa Posse,

---

<sup>12</sup> Puede traducirse como *narración verdadera de lo real*.

1993, p.34). A su vez, otro rasgo distintivo de las leyendas es que estas son producto de la creación colectiva y, por ende, carecen de autor y figuran como anónimas.

Villa Posse (1993) comenta que estas “son expresiones de los modos de vida de los grupos humanos y, como tales, cumplen en las sociedades un papel importante marcando sus comportamientos, definiendo su existencia colectiva, señalando sus costumbres y sus modos de enfrentarse a la vida” (Villa Posse, 1993, p.54)

Suele ser un error para el sentido común, confundir leyendas y mitos, ya que ambos cuentan con elementos de recreaciones fantásticas producto de la creatividad humana. Es por esto que la autora especifica que las leyendas no sólo abordan hechos de los seres sobrenaturales, sino que incluyen a historias reales de personas que sobresalieron en vida por acciones realizadas, personajes fantásticos, personas que han muerto y vuelven para recorrer este mundo, héroes culturales que realizaron una hazaña especial, etc. (Villa Posse, 1993).

Otra de las características que diferencia a las leyendas de los mitos es que, para ser narradas, no era necesario que se oficiara una ceremonia religiosa. Como las leyendas no hacían referencia a divinidades veneradas en las culturas en las que emergían, sino que podían ser contadas en cualquier lugar. Las leyendas no cumplen funciones religiosas, sino más bien, responden a funciones sociales, morales y de orientación normativa para guiar el comportamiento del grupo según lo aprobado por el mismo. La autora considera que “las leyendas incluyen enseñanzas de situaciones, de experiencia vividas por los personajes que indican qué se debe o no hacer y los resultados de tales conductas” (Villa Posse, 1993, p.20).

A los fines de indagar sobre las posibles significaciones de las leyendas que circulaban a fines de siglo XIX y principios del XX en la Ciudad de Córdoba, se entrevistó a la antropóloga María Graciela Tedesco.

La entrevistada, se posiciona desde la Antropología Urbana y desde ese lugar observa como un fenómeno interesante la relación de los relatos urbanos con la geografía simbólica de la ciudad. En opinión de Tedesco, El Abrojal y Pueblo Nuevo eran lugares estigmatizados porque allí residían las clases populares de la ciudad. En sus términos, lo interesante de estos relatos es que “se estarían actualizando en ese lugar y estarían generando una imagen de ese espacio y nos estarían hablando de la Córdoba de ese momento, una Córdoba en transformación, con una urbanización fuerte y en la que La Cañada actúa un poco como frontera y estaría mostrándonos que ese espacio está cargado de sentidos, en gran parte negativos” (M. G. Tedesco, comunicación personal, 13 de abril de 2018).

Estos *sentidos negativos* estaban asignados por el prejuicio sobre las características del lugar que, en ese entonces, estaba rodeado de construcciones precarias y al que todavía no había llegado la urbanización. Otro factor era la peligrosidad de las crecidas de la Cañada que, por esos años, al desbordarse, causaba catástrofes naturales; arrasaba las viviendas y se cobraba la vida de quienes residían en los alrededores.

Por estos motivos, Tedesco considera que las historias que se cuentan sobre estos fantasmas que van apareciendo “se estarían vinculando a ciertos miedos, que en la ciudad de ese momento, estarían ayudando a separar y a generar fronteras entre una ciudad más urbanizada y más vinculada al progreso, y que se veía en el tipo de casas, en las calles más del centro y de algunos barrios más tradicionales, y esta ciudad, que está por detrás de La Cañada, más salvaje, una ciudad distinta y donde se va viendo un poco la transición” (M. G. Tedesco, comunicación personal, 13 de abril de 2018).

En coincidencia con Villa Posse sobre las leyendas con función moralizante, la antropóloga entiende que estos relatos ayudan a construir una “geografía simbólica de la ciudad” que delinea una frontera “hacia dónde no se puede pasar o no se debería pasar y en qué momento menos aún se debería

pasar, que era casi siempre a la noche” (M. G. Tedesco, comunicación personal, 13 de abril del 2018).

Tedesco plantea que pensar en ese miedo permite percibir cómo, seguramente con la aparición de la iluminación en la zona, el encauce de La Cañada, la movilidad social de los habitantes de los barrios que empiezan a residir en otros lugares, se empieza a ubicar los miedos en otros espacios y deja de ser La Cañada ese espacio calificado negativamente.

Ante la pregunta sobre los grupos que creaban esas leyendas, la antropóloga respondió que para ella eran “compartidos esos relatos”, y reproducidos por distintos grupos sociales. Para Tedesco, ayudaban a reforzar ciertos lugares de poder al controlar algunos sectores de la población más que a otros. “Aun así, las leyendas siguen siendo útiles para conocer los grupos sociales que las están haciendo circular y que las están reproduciendo” (M. G. Tedesco, comunicación personal, 13 de abril del 2018). La antropóloga ejemplifica explicando que, para entender la eficacia de La Pelada de la Cañada para estigmatizar un espacio social, debemos mirar de qué manera ese grupo social lo está sosteniendo en una Córdoba que en ese momento miraba más positivo cierto desarrollo urbano y como negativo otro.

Si bien el estigma puede ser generado por cierto sector de poder, termina siendo reproducido por otros sectores y es utilizado como contralor social, para marcar un cierto orden de la ciudad de ese momento. Para Tedesco, existe la posibilidad que esto también haya sido utilizado por quienes residían ahí, para marcar una frontera. Sobre esto, podemos acotar que en los relatos de Azor Grimaut<sup>13</sup> y en la entrevista con Aldo Guzmán<sup>14</sup>, ambos coinciden en describir El Abrojal y El Infiernillo como barrios en los que se escondían prófugos de la justicia, acusados de cometer robos o asesinatos. Según Guzmán,

---

<sup>13</sup> Azor Grimaut (1902- 1986) fue periodista de La Voz del Interior y corresponsal local del diario La Razón de Buenos Aires. A lo largo de su carrera, se dedicó a rescatar historias de Córdoba hace más de 100 años. De entre sus principales publicaciones, se destaca Duendes de Córdoba.

<sup>14</sup> Aldo Guzmán, Doctor en Letras Modernas, escritor y vecino de Barrio Güemes

ni la policía se atrevía a entrar en esos barrios y eran los cabecillas los que decidían si negociaban la entrega de alguno de los buscados por la ley.

## **Aproximación al origen de las leyendas**

### **La Córdoba de antaño**

El 24 de junio de 1573, Jerónimo Luis de Cabrera con un grupo de hombres llegaron a las riberas del río Suquía, al cual denominaron San Juan por haber llegado el día de este santo. Así fue que el 6 de julio del mismo año, formalmente comenzaron a fundar La Córdoba de la Nueva Andalucía. El lugar elegido para erigir esta nueva ciudad fue un paraje llamado Quisquisacate que se encontraba en las barrancas de lo que, actualmente, conocemos como barrio Yapeyú (Dómina, 2003).

Estos primeros años en Córdoba, que podríamos denominar los años de la Córdoba colonial, estuvieron fuertemente signados por la iglesia Católica. Junto a las misiones jesuíticas, se crearon los primeros establecimientos que permitieron el adoctrinamiento de las comunidades que vivían en estos territorios. Así, se creó la Catedral de Nuestra Señora de la Asunción de Córdoba; el Convento de las Novicias; la Compañía de Jesús; el convento de Santa Catalina de Siena (1613); el monasterio de Santa Teresa de Jesús, de Carmelitas Descalzas de San José (1628); se estableció la sede del Obispado (1699); se erigió la Iglesia San Roque; el Hospital San Roque (1762); la Iglesia de Nuestra Señora del Pilar (1738) y el Convento Santo Domingo (1861), entre otros. Otro suceso de gran importancia en la Ciudad de Córdoba sucedió en junio del año 1613, cuando el Obispo Trejo donó todos sus futuros salarios -hasta el monto de \$40.000- a la creación de una Universidad. También, se creó el Real Colegio Convictorio de Nuestra Señora de Monserrat que recibía, mayoritariamente, alumnos de las familias tradicionales y pudientes de la época. Todas estas importantes y ostentosas construcciones se encontraban

rodeadas por las pequeñas y humildes viviendas de los primeros pobladores de esta Córdoba colonial (Dómina, 2003).

Es importante destacar que, durante estos años, también se construyeron las estancias jesuíticas de Colonia Caroya, Jesús María, Alta Gracia, La Candelaria y Santa Catalina. En estos lugares se desarrollaba la ganadería, la agricultura, entre otros, para sustentar las actividades que se desarrollaban en las casas de estudio y formación espiritual de la ciudad (Dómina, 2003).

Comenta Dómina (2003) que, cuando estos templos se erigieron:

la ciudad adquirió una fisonomía particular y un aire monacal inconfundible. La plaza principal quedó rodeada de iglesias y monasterios que llamaban la atención de los viajeros y era habitual ver transitar sacerdotes y religiosos por las calles de la ciudad (p. 54).

La sociedad colonial era una sociedad de castas. Los blancos conformaban el núcleo hegemónico que estaba constituido por españoles y otros europeos, todos ellos descendientes directos de los conquistadores. Estos formaban el estrato de los letrados y, generalmente, ocupaban cargos públicos y burocráticos de alta jerarquía, o eran grandes comerciantes. Los criollos eran los hijos de blancos que habían nacido en América. Los negros eran esclavos que habían sido traídos de África para trabajar en las misiones jesuíticas. Los naturales de la tierra eran los indígenas. Los mestizos eran los hijos de padre/madre español y un natural. Los mulatos y morenos eran los hijos que nacían de la unión entre el blanco, mestizo o indio con negro africano; a esta franja de la sociedad, pertenecían los Gauchos de estas tierras (Dómina, 2003).

La estratificación social se hacía visible en todos los órdenes de la vida cotidiana: en la vivienda, en la vestimenta, en el tipo de trabajo que se desempeñaban, la educación que recibían, entre otros (Dómina, 2003).

A continuación, rescataremos brevemente, algunos hechos relevantes de la historia a los fines del Trabajo Final en la medida que en esos espacios se localizará el producto de comunicación para el cual se requiere una comprensión del contexto histórico-político-social-económico y cultural.

En agosto de 1783, Rafael de Sobremonte, marqués nacido en Sevilla, fue nombrado como gobernador intendente de la Gobernación Intendencia de Córdoba tras haberse desempeñado como secretario del Virrey Juan José Vértiz y Salcedo. El marqués se destacó por llevar adelante una buena gestión de obras públicas y por el ordenamiento administrativo e institucional de Córdoba (Dómina, 2003).

Durante sus años como gobernador intendente, embelleció la ciudad con paseos y parques, remodeló los calabozos del Cabildo, incorporó alumbrado a las calles e incorporó el primer sistema de agua corriente de América en 1786. En relación a esto último, el agua se obtenía de un estanque que había en el sitio que, actualmente, conocemos como Paseo de Sobremonte. Ese mismo año, además, se construyó, sobre la calle 27 de abril, el primer puente que permitía cruzar el arroyo de La Cañada (Dómina, 2003). El Marqués dejó la Gobernación de Córdoba en el año 1797

A nivel nacional, es relevante aquí mencionar la llamada Generación del '80. El Partido Autónomo Nacional (PAN) dominó, durante este período, a la provincia de Córdoba. Con Miguel Juárez Celman como gobernador de Córdoba en 1880, comienzan los tiempos modernos en la provincia. Juárez Celman era liberal y esto trajo aparejado graves enfrentamientos con la Iglesia Católica y el clero (Dómina, 2003).

Aldo Guzmán, en la entrevista personal que se realizó el 12 de diciembre del 2017, resume algunos hitos institucionales que permiten comprender el clima de época y la transición hacia la modernidad.



- **La creación del Registro Civil.** El casamiento, por ejemplo, era una función exclusiva de la Iglesia;
- **El establecimiento de la Escuela Normal de Maestras,** cuyas educadoras eran norteamericanas y de religión protestante.
- La defensa de la tesis doctoral de Ramón J. Cárcano: *De los hijos adúlteros, incestuosos y sacrílegos*, texto que generó controversia puesto que hablaba de las relaciones que mantenían las monjas y los curas.
- **La sanción de la Ley de Cementerio.** Hasta ese momento, no habían cementerios en Córdoba, sino que la iglesia contaba con predios en los que se enterraban a las personas fallecidas. Esta ley quitó poder a la iglesia.
- **La sanción de la ley 1420** de educación laica, gratuita y obligatoria.
- **El fin de la pena de muerte.** En Córdoba, la pena de muerte fue una práctica recurrente. El 29 de abril de 1872, se realizó el último fusilamiento en Córdoba. El reo/condenado, un uxoricida, se llamaba Zenón La rosa y fue ejecutado en el extremo sur del calicanto que dividía La Cañada y la calle Belgrano. Las ejecuciones de los condenados eran precedidas por un ritual que consistía en una procesión en silencio y recogimiento donde las personas acompañaban al religioso que daría los últimos sacramentos al reo (Dómina, 2003).

## **El contexto urbano de época**

La ciudad de Córdoba, durante los años comprendidos entre 1870 y 1895, experimentó un importante crecimiento como consecuencia, principalmente, de tres factores. Primero, la afluencia de capitales extranjeros; segundo, la llegada de población inmigrante, tanto externa como interna, que fue mano de obra para el desarrollo de los diferentes proyectos que buscaban

modernizar la ciudad; y en tercer lugar, el afianzamiento en el poder de un grupo dirigente afín a los objetivos civilizatorios del Estado Nacional argentino (Boixadós, 2000).

En Córdoba, el nuevo siglo trajo consigo grandes transformaciones. A los edificios decimonónicos que había en la ciudad, se sumaron nuevas plazas y paseos, avenidas, diagonales, edificios como el teatro Rivera Indarte, el Hospital Nacional de Clínicas, la Academia de Ciencias, la Escuela Olmos, la Legislatura y la estación del Ferrocarril Mitre (Dómina, 2003). También se pueden mencionar las obras de agua corriente y gas, la red de de telégrafos provinciales, la construcción de un nuevo mercado, de puentes sobre la cañada, de escuelas, de canales de riego, de un corralón de limpieza, casas de inquilinato, la adquisición de terrenos, la construcción de una usina para generar energía eléctrica, la finalización del boulevard de circunvalación, entre otras (Boixadós, 2000). “La remodelación también llegó al clásico Paseo Sobremonte, delimitando su periferia con ocho portadas de mármol del país y la colocación en cada una de las esquinas del lago de una estatua de bronce representando las estaciones del año” (Boixadós, 2000, p.130). En definitiva, este contexto de grandes cambios trajo aparejado la conformación de nuevos barrios, por lo que la ciudad creció en extensión, en servicios públicos y en cantidad de habitantes.

Sin embargo, mientras que, por un lado, la ciudad crecía y avanzaba, los sectores más vulnerables de la sociedad padecían, cada vez más, la pobreza, el analfabetismo y el crecimiento de mortalidad infantil (Dómina, 2003).

La salud pública era un tema de gran preocupación ya que eran frecuentes las epidemias de fiebre tifoidea, peste bubónica, gripe, tuberculosis y viruela, que ocasionaban graves problemas. Todas estas pestes se propagaban fácilmente debido a que la mayoría de las viviendas de fines de siglo, principalmente de los barrios populares, no contaban con un servicio sanitario adecuado. En tiempos de escasez de agua, la única opción eran los baños

públicos que había en diferentes puntos de la ciudad. El río estaba contaminado, producto de la matanza de perros callejeros para evitar la propagación de la rabia. La ciudad todavía contaba con poca infraestructura hospitalaria -el único hospital era el San Roque- (Dómina, 2003).

Este era el contexto en que se vivía en la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX. En el próximo apartado, se describirán los tres barrios que se recorren en el circuito de audioguías Córdoba Legendaria.

### **Pueblo Nuevo, El Abrojal y el Centro**

En la década de 1860, se comenzaron a ocupar y delinear los ejidos que se extendían hacia el sudoeste de la ciudad de Córdoba y que bordeaban la Cañada. Así surgen Pueblo Nuevo y el Abrojal (Boixadós, 2000).

Al principio, los alrededores de La Cañada constituían una zona rural. De a poco, fue asentándose, en sus orillas, el poverío con sus ranchos. Cuando la ciudad empezó a crecer hacia mediados de los Ochenta -como consecuencia de los proyectos de modernización que emprendió la Generación del '80-, la elite fue mejorando lentamente los alrededores de la Cañada a la altura del centro. Sin embargo, la urbanización llegaba hasta donde, actualmente, se encuentra el Palacio de Tribunales I, ya que, pasando esta zona, empezaban nuevamente las casas humildes, habitaciones precarias y ranchos, esta vez del “Abrojal”, donde vivían trabajadores y marginales (Ferrero, 2013).

Manuel López Cepeda delimita el Abrojal entre las calles San Luis (actualmente, Duarte Quirós), La Cañada, Laprida y Observatorio (actualmente, Artigas). Según la Memoria del Ministro de Gobierno de 1878, Pueblo Nuevo tenía una extensión de, al menos, quince manzanas y, en gran parte, se encontraba poblado; el Abrojal era más pequeño, con diez manzanas. Ese mismo año, la cartografía de Potel de Junot establece en Pueblo Nuevo trece manzanas y, en el plano de 1890, demarca treinta y tres manzanas hacia los dos

lados de La Cañada, sin incluir la manzana donde se encuentra el Observatorio, establecido en 1870 (Boixadós, 2000).

Según los planos diseñados por Struz en 1889, en los cuales mostraba la topografía de Pueblo Nuevo, se observa la irregularidad de las manzanas y la construcción desordenada de sus viviendas. Esta caracterización de Pueblo Nuevo puede extenderse a las calles del Abrojal y coincidir con la descripción que realiza López Cepeda cuando refiere a este sitio como

vericuetos y encrucijadas, senderos tortuosos y callejas intrincadas (...) Hasta ahora el Abrojal es un barrio casi desprendido de la ciudad, un barrio que no recibe el impulso de los demás, que no se transforma como los otros, sin duda por su situación topográfica” (López Cepeda en Boixadós, 2000, p.95).

La topografía compleja de estos barrios sumado a las innumerables inundaciones del cauce de la Cañada postergaron el crecimiento inmobiliario y desestimularon la inversión durante la década del 80, época que se caracterizó por la gran cantidad de proyectos inmobiliarios y por una imperante necesidad de modernizar la ciudad (Boixadós, 2000).

Pueblo Nuevo se conformó como lugar de intercambio y parada de carretas por ser punto de confluencia entre los caminos que venían de las provincias de Cuyo y de La Rioja (Boixadós, 2000).

Debido a su cercanía con el Centro, en 1880, fue incluido dentro del radio municipal con el objetivo de ampliar los servicios urbanos que faltaban como la limpieza, el alumbrado público, el agua, el transporte público y el servicio de serenos. Sin embargo, el cumplimiento de los mismos fue deficiente. Ante el abandono que padecían los vecinos, también auto-calificados como los hijos desheredados del municipio, se presentaron reclamos y fue la prensa católica quien visibilizó las quejas y denunció la indiferencia del poder político

para con la zona. Los reclamos se intensificaron cada vez más, esta vez exigiendo el arreglo de las bajadas, los caminos y la construcción de puentes sobre La Cañada para mejorar y facilitar, por un lado, la comunicación y el intercambio comercial y, por otro, para contrarrestar las inundaciones que provocaba el Río Suquía (Boixadós, 2000).

En uno de los almanaques guía de Córdoba del año 1878, se mencionaban los pocos adelantos que había en Pueblo Nuevo.

A la terminación del cal y canto está el Pueblo Nuevo, tiene una espaciosa plaza con arboleda; y un crecido número de edificios, pero no obstante adelanta poco para el tiempo de su fundación, en proporción a los otros recientemente fundados (en Boixadós, 2000, p.83).

En este barrio, primaban dos tipos de viviendas: los ranchos y las casas de inquilinato. El rancho era un tipo de construcción habitacional precaria que no solo se encontraba en esta zona de la ciudad, sino también en todos los barrios de la Córdoba de fines del siglo XIX, inclusive el Centro que encarnaba la Córdoba civilizada. Las condiciones de habitabilidad de los ranchos eran precarias debido al alto nivel de hacinamiento y a la construcción deficitaria que favorecía la propagación de enfermedades. Por este motivo y por ser considerados un foco de infección y un peligro para la comunidad, la Municipalidad, en reiteradas oportunidades, intentó erradicarlos (Boixadós, 2000).

A modo de ejemplo, se comenta un caso que permite dar una idea respecto de la necesidad de eliminar los ranchos. En febrero de 1885, el Río Primero se desbordó y provocó una importante inundación; luego, la autoridad municipal refirió a la catástrofe con palabras que denotan la precariedad de las zonas afectadas:

A mi juicio hoy nos encontramos en el caso previsto: las inundaciones han inhabilitado los terrenos de Bajo del Río, pues no sólo han destruido ranchos, sino que los que aún quedan en pie están tan impregnados de humedad, que se hacen inhabitables. Creo pues que debe prohibirse la reconstrucción de los ranchos caídos y ordenar también el desalojo de todos los demás (en Boixadós, 2000, p.47).

Otra vivienda característica de Pueblo Nuevo era la casa de inquilinato. La Municipalidad en 1888, durante la intendencia de Luis Revol, emprendió la construcción de casas de inquilinato. Con este modelo de vivienda típico de las sociedades industriales europeas, se pretendía brindar a la clase trabajadora un espacio habitacional que se adaptara a las condiciones de higiene social establecidos y cuyos alquileres fueran accesibles.

A fines de la década del 80 Pueblo Nuevo mantenía su carácter popular y 'atrasado', por lo que el intendente lo eligió como el lugar indicado para el emplazamiento de las 'casas para obreros' lo que actuaría -decía- como "un factor de desarrollo en un barrio de la ciudad que más atrasado está y en el que menos adelantos se operan" (Boixadós, 2000, p.63).

Como se destaca en la cita de Boixadós, muchas de estas casas de inquilinato fueron construidas en Pueblo Nuevo ya que, por un lado, la Municipalidad consideraba que era una buena oportunidad para desarrollar esta zona de la ciudad donde el progreso parecía nunca llegar y, por otro lado, porque parecía ser una buena oportunidad para ofrecer viviendas con alquileres accesibles a los trabajadores. Es menester destacar que este barrio se encontraba

cerca de los hornos de ladrillo y de las obras que se estaban realizando en la Ciudad Nueva (Boixadós, 2000).

Se construyeron ochenta y cuatro viviendas en el terreno de la plaza de Pueblo Nuevo, lugar reciclado en el año 1980 y donde actualmente se encuentra el Paseo de las Artes. Estas casas fueron cimentadas en una manzana dividida en dos grupos de cuarenta y dos viviendas por un pasaje arbolado llamado Luis Revol, (actual Pasaje Revol). Cada casa de un poco más de 120 metros totales contaba con dos dormitorios, una cocina, un comedor, una letrina, un patio individual y un zaguán compartido con otras tres viviendas (Boixadós, 2000).

Los diarios opositores criticaron a la Municipalidad por la mala calidad de la construcción y de los materiales. El 15 de diciembre de 1891, el periódico La República publicó el informe que había realizado el ingeniero municipal, G. Fontaine: "... De los 252 cuartos que componen el grupo de estas casas, no hay una sola donde no se llueva, y en la mayor parte de ellos, de tal modo que son absolutamente inhabilitables..." (en Boixadós, año, página). Agregaba el informe que en las azoteas se había utilizado tirantes verdes argentinos, sin las correctas capas de ladrillo y tejas; las cocinas, zaguanes y vestíbulos se hicieron de una básica lechada, en vez de colocar baldosas de Marsella. Tampoco se tuvo en cuenta el desnivel que había entre la vereda y los pasajes, ni se pusieron las debidas gradas de mármol y persianas a las ventanas de las casas que miraban a la calle. Estas casas solo fueron utilizadas en casos de catástrofe y en el año 1892, se permitió desalojar a los residentes que la ocupaban gratuitamente si una persona con certificado de pobreza solicitaba habitación (Boixadós, 2000).

Boixadós comenta que en la década del setenta, las tierras de Pueblo Nuevo recibieron una cotización alta, mientras que la década del ochenta, el movimiento inmobiliario decreció. Sin embargo, aunque el crecimiento inmobiliario disminuyó, el desarrollo poblacional fue importante "con 1.277

habitantes en 1869, 5.898 en el censo municipal de 1887 y una cifra similar en 1894, según cálculo de un comentario periodístico” (Boixadós, 2000, p.49). La población que se instaló en Pueblo Nuevo le otorgó al barrio su carácter.

El Pueblo Nuevo, poco bello por las casas viejas en ruinas que ostenta, y por sus ranchos es el punto característico en el cual se conserva en los "chinos" de ambos sexos, el tipo indiano primitivo y donde se divisa todavía el hijo del país, descendiente de los conquistadores y de la mujer de los salvajes (Troisi en Ferrero, 2003, p. 16).

En relación con las costumbres y características de Pueblo Nuevo, el periódico humorístico La Carcajada ofrece una mirada respecto del barrio.

[Según] lo que nos dice un vecino de aquella bella y pintoresca población, por esos mundos no se conoce lo que es oír misa los domingos sino por medio de suscripción, la escuela de varones que existía ha desaparecido como por encanto, por la noche no hay servicio de serenos y el alumbrado es de aquellos de piquito (en Boixadós, 2000, p.178).

El Abrojal tuvo un carácter marginal más acentuado que Pueblo Nuevo, probablemente por ser un sector distinguido por los delitos que allí sucedían. Boixadós, a través del análisis de Sáenz, plantea que esta zona pudo haber sido ocupada como consecuencia del establecimiento del Observatorio Astronómico Nacional en 1871 y agrega que fue Pedro A. Gartlando el único interesado en alentar el crecimiento inmobiliario en el sector (2000).

La investigadora, en su libro, describe El Abrojal.



La obra pública en nada contribuyó a modificar el carácter del sector (...) pobre y marginal. El Abrojal fue uno de los barrios más típicos de Córdoba, uno de los más recios, tal vez porque su escaso perímetro estaba horadado por el cinturón trágico de la Cañada, que cuando le daba por crecer, hinchaba el lomo y arrasaba con lo que encontraba a su paso (Boixadós, 2000, p.90).

Aldo Guzmán, Doctor en Letras Modernas y vecino de barrio Güemes, en la entrevista realizada, comenta por qué los habitantes de esta zona fueron llamados abrojales. En los alrededores de La Cañada, abundaba un arbusto llamado abrojo que tenía pelotitas ovaladas llenas de espinas, la presencia de esta planta le dio el nombre al sector. Los chicos jugaban a tirarse esas pelotitas, las cuales se les pegaban en la ropa, y, por ello, los vecinos del barrio recibieron el nombre de abrojales (2018).

Configuración accidentada el Abrojal, ofrecía el matiz de su rancharío pobre y angustiado rodeado de pequeña vegetación hirsuta, llena de abrojos que se pegaban en la ropa como se prendían los amores en el corazón de sus gentes humildes. Eran tupidos yuyales hostiles los que le dieron su nombre y fortalecieron el temple de los hombres (Boixadós, 2000, p.66).

El historiador y poeta, Manuel Gálvez, describió al Abrojal en 1906 como un

lugar siniestro en donde nadie se atrevía a penetrar de noche. Era una barriada miserable, el principal foco de la mala vida cordobesa. Proxenetes, ramera, ladrones vivían en los ranchos sucios y deshechos. Y se decía que a los osados que penetraban

de noche en aquellas calles los asaltaban y robaban, asesinandolos con trinchetas de zapateros y con pedradas de hondas. [Sus] calles estaban desventradas por hondas zanjas irregulares. Eran calles sin aceras ni pavimento (...) Los ranchos no estaban en la misma línea, y casi todos, extraños, oscuros, se divisaban en el fondo de los terrenos, semi-ocultos por las pencas y los ombúes (...) En cierto sitio, los ranchos, a la vera de la calle, se hundían de tal modo que ésta se hallaba al mismo nivel que los techos. Desde algunas esquinas veíase a las calles que cruzaban bajar de pronto como si fueran a arrojarse al arroyo o subir con furia como a trepar un cerro” (Galvez en Ferrero, 2013, pp. 13- 14).

Las características del malevo del Abrojal eran los cabellos negros y lustrosos, pómulos altos, y ojos achinados. Acostumbraban llevar un pañuelo al cuello y una flor en el ojal o en la oreja (Ferrero, 2013).

Hacia finales de siglo XIX, e inclusive muchos años después, ninguna persona que no perteneciera a las orillas se atrevió a caminar por estos sórdidos lugares donde vivía la marginalia cordobesa. Hablando del Abrojal recordaba Oscar Meyer que “de cuellos y corbata no se podía entrar allí” (en Ferrero, 2013, p. 28). La Docta era cuna de doctores, señores que pertenecían a la élite y que, por su condición social y económica, ocupaban puestos políticos, se desempeñaban como importantes comerciantes y podían estudiar en la Universidad Nacional de Córdoba. Esta distinción entre quienes pertenecían a la élite de la sociedad- comerciantes, políticos y profesionales- y los habitantes más humildes, generó una profunda polarización de la sociedad cordobesa.

El habitante del suburbio odiaba a la autoridad y al cajetilla que era el hombre del Centro, el burgués que vivía del otro lado de la Cañada y que

actuaba en conformidad con lo que disponía la autoridad y las leyes. El pituco bien vestido que se animaba a ingresar al Abrojal se exponía a recibir una paliza, la cual era precedida por la advertencia del agresor: “¡Atajate, cajetía, que te rompo las costía!” (Ferrero, 2013, p. 50).

Grimaut escribió en verso lo que probablemente sentía el marginal hacia el cajetilla.

*Contra el hombre del Centro,*

*Como un germen de adentro,*

*Un rencor le acuciaba*

*Que no se lo explicaba.*

(Grimaut en Ferrero, 2013, p. 51).

El marginal sentía un gran rencor hacia el hombre del centro, producto de la expulsión que recibía por parte de la sociedad, y por ver que no contaba con los medios ni la forma de ser aceptado por ella (Ferrero, 2013).

En cuanto a algunas características del compadrito del 1900 que habitaba en los suburbios, usaba pantalón campana, calzoncillo con fleco, chaqueta corta y camisa con volados plegados los días festivos. Era cantor y fandanguero, diversiones que muchas veces finalizaban con una pelea, que comenzaba rompiéndole a alguien la guitarra en las costillas y terminaba con un puñal en mano (Ferrero, 2013).

Río y Achával describieron al chino de las orillas:

(...) era hosco, taimado y receloso (...) Zapado y pendenciero, personificaba una protesta total contra toda autoridad y primero daba la vida que permanecer callado ante una reprimenda o un insulto; más, cuando la ocasión lo requería, mostrábase sufrido

hasta la insensibilidad, y en todos los casos y siempre, guapo hasta la inconsciencia (en Ferrero, 2013, p. 49- 50).

Los marginales y desclasados de los barrio humildes eran de estirpe nativa. En el interior de esta población se distinguían dos tipos: por un lado, el criollo mestizo -hijo de españoles peninsulares o españoles americanos blancos y mujeres indígenas-, y, por otro lado, el “mulato” -hijo de africano y de criollo o blanco de las orillas-. Los mulatos y negros se establecieron, en gran parte, en la zona del Abrojal. Estos eran los más despreciados por la elite cordobesa y blanca tal vez porque la legislación colonial española había impuesto que el indio americano era un súbdito del español pasible de ser evangelizado y libre de la esclavitud, mientras que con el esclavo negro esto no era así (Ferrero, 2013).

Los inmigrantes que llegaron a Córdoba, en general, no integraron las clases marginales de los suburbios, sino que ellos constituyeron la clase media que ascendía socialmente: profesionales, comerciantes, músicos, hoteleros, empresarios manufactureros, obreros especializados, periodistas. Fueron pocos los extranjeros que se establecieron en las orillas y abrieron su almacén o boliche. En la actualidad, Barrio Güemes conserva el Almacén del Gringo Pepino ubicado en la esquina Fructuoso Rivera y Belgrano (Ferrero, 2013).

La Casa de Pepino perteneció a un inmigrante italiano, José Tucci, quien llegó a la Argentina a finales del siglo XIX y envió a construir la casa. Este lugar funcionó como almacén de ramos generales.

La edificación de la casa estuvo a cargo de José Bettoli quien decidió darle forma de barco en honor a la llegada de Tuci a la Argentina con este medio de transporte. Un dato que completa la imagen de este lugar hacia principios del siglo XX es que el arroyo de la Cañada tocaba el muro sur de la casa de Pepino, lo que daba impresión de que la casa estaba navegando en estas aguas. La construcción de este lugar finalizó en el año 1914. A partir de ese

momento y hasta 1950, en ese lugar funcionó uno de los almacenes más importante de la ciudad (Municipalidad de Córdoba, s/f).

Lo que se conocía como el almacén-boliche era el lugar donde los habitantes del suburbio desarrollaban su vida social. Este lugar funcionaba como centro de suministros frecuentado por las personas más humildes de la ciudad: las mujeres del barrio se ocupaban de comprar los productos que se vendían en estos almacenes, y los hombres se reunían a jugar y beber. Escribe Ferrero que estos lugares reunían al borracho, al vago, al semiocupado, al malevo y también al obrero humilde que encontraba en el boliche una forma de escapar del trabajo sacrificado y de la vida pueril del rancho o el conventillo (2013).

Los habitantes del suburbio cordobés, comenta Ferrero, tenían dos características que los distinguía: el humor y un sentimiento mágico de la existencia. En relación con este último, las personas del arrabal vivían en un mundo mágico con sus cultos y sus aparecidos. En los suburbios, las viejas realizaban prácticas que transmitían verbalmente a sus descendientes. Por ejemplo, hacían de médicas y recetaban hierbas y menjunjes, o curaban con la palabra. También practicaban la hechicería (2013).

## **La Cañada**

El arroyo de la Cañada, que atraviesa de suroeste a norte la ciudad de Córdoba, nace en un ojo de agua llamado La Lagunilla ubicado a 15 kilómetros al sur de la ciudad. Como consecuencia del curso errático de sus aguas y debido a que provocaba importantes desbordes, se buscó encaminarlo y, por este motivo, en 1674, se construyó un gran murallón de piedra denominado Calicanto (Ferrero, 2013). Sin embargo, no se terminó de canalizar completamente el cauce de la Cañada sino hasta bien avanzado el siglo XX.

Durante el gobierno de Amadeo Sabattini (1936-1940) y luego de la inundación del 16 de enero de 1939, se dispuso la contención del imprevisible

cauce de la Cañada. Así, en cuatro años, se construyeron las murallas de granito blanco, que no solo aseguraron La Cañada, sino que también embellecieron la zona (Ferrero, 2013).

## **El carnaval**

El Carnaval era, para los habitantes de los suburbios, un evento de mucha importancia ya que era un momento de libertad en el que, bajo la protección de las plumas coloridas, las máscaras y los antifaces oscuros, podían ocupar el odiado Centro de Córdoba al que, con sus Reyes y Reinas al mando, sometían simbólicamente durante esos días en que el dios pagano Momo, les era benévolo. Pasadas las jornadas de fiesta, se volvía a la dura realidad cotidiana, con la promiscuidad de la vida en los ranchos, la esclavitud del servicio doméstico y las largas horas de boliche y timba (Ferrero, 2013).

Cuando el carnaval fue regulado, perdió su carácter transgresor. A partir de ese momento, el poder público comenzó a establecer qué disfraces y juegos podían utilizarse durante el evento, como así también establecía los horarios y espacios para el festejo. En 1897, el poder político prohibió usar algunos disfraces tales como el de vigilante, militar y cura. También se determinó la cantidad de agua que se podía utilizar y el lugar donde se podía tirar. Cabe aclarar que, en aquella época, solo se podía usar disfraz en durante el carnaval, y solo si se tenía el permiso correspondiente y se abonaba un peso (Boixadós, 2000).

Se describió sobre la historia de Córdoba, desde la llegada de los españoles a estas tierras hasta principios del siglo XIX; además, se hizo referencia a los barrios Centro, El Abrojal y Pueblo Nuevo. A continuación, se hará hincapié sobre proceso de producción realizado para la elaboración del circuito de audioguías Córdoba Legendaria.

## **Fundamentación metodológica**

Susana Sanguinetti (2010) y Gabriel Kaplún (2002) coinciden al afirmar que, cuando hablamos de las investigaciones que se realizan dentro del proceso de producción para lograr un producto sonoro o radiofónico, debemos discriminar indagaciones sobre diferentes objetos. Por un lado, la investigación que encaramos en términos **teóricos** para elaborar los marcos conceptuales. Estos conceptos constituyen y orientan lo que va a ser observado, en nuestro caso, las leyendas de la Córdoba de fines del siglo XIX. Por otro lado, la investigación de tipo **temática** (del contenido del producto) y finalmente, la investigación sobre la **situación de comunicación**, en la que se define quién emite y para quién lo hace.

Los ejes sobre los que se desarrolló la investigación teórica fueron: a. cultura, (Geertz, Balandier, Cucho, Bourdieu, Lacarrieu, UNESCO); b. patrimonio (Prats, García Cueto, Canclini, Barbero y Martini); c. museos (Bonin, ICOM, Chagas, Rodríguez Ortega, Canclini, Bellido Gant, Ruiz Torres); d. identidad (UNESCO, Canclini) para completar con el abordaje teórico sobre las definiciones y discusiones sobre las leyendas en el marco de la tradición oral a través de (Tedesco, Villa Posse, Álvarez, Alvarado Jimenez, Ong, Colombres, Finnegan). La técnica fue la revisión documental y fue utilizada para recopilar información de autores referentes de cada campo.

Esta investigación, que fue inicial, permitió definir con precisión el objetivo del Trabajo Final y luego del objetivo comunicacional del producto además de decidir las técnicas de investigación adecuadas al tema planteado. Finalmente, estos conceptos permitieron pensar sobre el sentido de los datos obtenidos sobre el tema.

Respecto de la investigación temática, Kaplún afirma que:

... habrá que conocer a fondo la materia en cuestión, los conceptos que la articulan, los debates más importantes

existentes en torno a ella, (...) habrá que leer lo que algunos autores importantes han dicho sobre el tema o conocer la opinión de algunos expertos (...) Luego de lo cual habrá que acordar cuál o cuáles serán las ideas centrales que el material deberá abordar, en torno a qué tema o temas principales buscará generar una experiencia de comunicación (Kaplún, 2002, p.3).

A los fines de recabar información que permitiera profundizar la temática se recurrió a expertos a través de entrevistas semi-estructuradas y a textos, en términos de revisión documental.

Las entrevistas se realizaron a referentes de la cultura y del campo académico de incumbencia: Cristina Bajo, escritora cordobesa; Cristina Boixadós, Doctora en Historia, investigadora y escritora; Aldo Guzmán, Doctor en Letras Modernas, escritor y vecino de Barrio Güemes; Graciela Tedesco, antropóloga e investigadora y a los narracuentos de la Escuela de Cuentería Narracuentos. Además de las entrevistas, se realizó una investigación documental para construir el marco histórico de Córdoba en la época abordada en la medida que estos datos constituyen el contexto político- cultural- social en el que surgieron las leyendas. Para su elaboración, se consultaron las producciones de Dómina, Boixadós, Ferrero y Grimaut.

Pero la opinión de los expertos o la lectura de textos no basta para desarrollar la producción, “debemos conocer también los contextos y sobre todo los sujetos a quienes está destinado el material” (Kaplún, 2002). Sanguinetti (2010) confirma: “El productor deberá abordar la investigación de la situación de comunicación que apunta al conocimiento de sus elementos: receptor, emisor, contexto de emisión-recepción”. En el caso del circuito de audioguías, este abordaje del destinatario se realizó a través de entrevistas semi-estructuradas<sup>15</sup> y revisión documental del destinatario directo, el evento La

---

<sup>15</sup> Las entrevistas semiestructuradas se llevan a cabo a partir de un guión de preguntas abiertas que se realizan a los entrevistados (Ortúzar, 2012). La entrevista semiestructurada fue la



Noche de los Museos, que nos permitiría identificar las características principales de los usuarios potenciales del producto. Las entrevistas fueron realizadas a referentes del evento y de las instituciones organizadoras: Zuzana Boneu, Secretaria de Comunicación de la SECYT; Mirta Bonnin, ex directora del Museo de Antropología -FFyH. UNC- y ex directora del Programa de Museos Universitarios -PROMU; Cristian Carnaghi, Director del Centro Cultural Casa de Pepino; Francisco Marchiaro, Secretario del Área de Cultura de la Municipalidad de Córdoba; Claudia Avaca, Jefa de la Oficina de Protocolo y Audiencias. Tribunal Superior de Justicia de Córdoba.

Por último, la investigación sobre el recurso de la audioguía para comunicar fue abordado a través de la revisión documental de López Molina, Gonzalez Rodríguez y Narvaez Naranjo.

El proceso de planificación y producción de la audioguía está orientado por la metodología para la construcción de mensajes educativos que propone Gabriel Kaplún (2002) en diálogo con las aportaciones de los autores y autoras de la casa contenidas en los textos de Metodología para analizar nuestras emisoras de radio (2011), Lenguajes de la radio (2010) y Vocación de radio, procesos de producción (2013). Estos materiales no sólo colaboraron en guiar los procesos de investigación previos y de evaluación posterior sino que sirvieron de brújula durante el proceso creativo. También utilizados como herramientas de análisis, permitieron detectar las incongruencias ubicando cuál o cuáles fueron las dimensiones a revisar.

---

utilizada en el presente trabajo para recabar información relevante para la producción y realización del circuito de audioguías Córdoba Legendaria. Estas entrevistas permiten la expresión libre de los entrevistados. Una particularidad es que el guión de preguntas que se realiza cumple una función orientadora de los temas que se deben tratar durante la entrevista, pero no es rígido. En este sentido, una pregunta que el/la entrevistador/a pensaba realizar en el quinto lugar del guión, el entrevistado, si se adelanta, puede contestar en tercer lugar (Ortúzar, 2012).

## **Una estrategia de comunicación de las leyendas: las audioguías**

En este apartado desarrollaremos el concepto de audioguías, sus características, funciones y las investigaciones realizadas en torno a las mismas. Lo hacemos por fuera de la ubicación natural que tiene dentro del proceso de producción -entendiendo que forma parte de los conocimientos necesarios para producir- porque es un formato incorporado recientemente a los contenidos curriculares de la producción con lenguaje sonoro. Y por otra parte, como reconocimiento a la extensa trayectoria del formato en su aplicación en el campo del patrimonio con fines de divulgación, atracción y accesibilidad para personas con y sin discapacidades.

Para un acercamiento al concepto de audioguía retomamos la autora española Almudena López Molina, quien afirma que las audioguías son “un documento de audio en soporte portátil para realizar un recorrido auto-guiado por un bien patrimonial” (2015, p.10).

En la definición, la autora establece una diferenciación entre audioguía y autoguía. Las autoguías, explica, no son necesariamente audioguías ya que estas últimas son sólo uno de los formatos que pueden adquirir las autoguías; otros formatos posibles son las video-guías, los signo-guías -elaboradas para personas sordas- y las guías multimedia. (López Molina, 2015).

López Molina destaca que la elección del formato audio para recorrer un museo, parque nacional o cualquier otro sitio, ofrece múltiples ventajas porque permite poner la atención en el patrimonio que se está conociendo a la vez que tiene una capacidad evocadora superior al de la imagen o el video (2015).

La utilización del lenguaje sonoro como recurso nos ha permitido, en el caso de las leyendas de Córdoba, desarrollar una propuesta de experiencia lúdica a través de efectos sonoros, musicalizaciones y dramatizaciones, entre

otras estrategias narrativas que nos permitan construir una audioguía inmersiva y evocadora para el oyente/usuario.

Además de las potencialidades del audio, las audioguías otorgan: portabilidad, ya que pueden ser transportadas por el usuario mientras realiza el recorrido; independencia, porque, para su utilización, el usuario no depende del personal del lugar, no está sometido a horarios pautados y pueden ser utilizadas en cualquier momento.

En relación a las funciones de las audioguías, se destaca que deben guiar, informar, ofrecer entretenimiento y aportar una valoración del patrimonio.

Respecto de la primera función (guiar), las audioguías deben ser pensadas para complementar la señalización, evitando información inviable; pueden mejorar la visita y enriquecer la información gráfica, facilitando indicaciones de acceso y comentando la importancia de los hitos recorridos para una mayor comprensión del patrimonio. En la segunda función (informar), López Molina remarca que brindar información es un punto principal, pero los excesos son contraproducentes y, por ello, es necesario tener una visión global de la información que aportan todos los elementos museográficos y así evitar redundancias. Respecto a la tercera función (ofrecer entretenimiento) el productor de la audioguía debe pensar al entretenimiento como un medio para generar en el visitante un “sentimiento de estima” y permitir una mayor comprensión del patrimonio. La última función, la valoración del patrimonio, es el objetivo esencial de toda interpretación del patrimonio. Esto es así, porque es necesario que el visitante se implique personal y emocionalmente con el patrimonio para poder concientizar sobre su importancia. Esta implicación existe siempre, pero es trabajo del productor de las audioguías encontrar qué es lo que conecta al sujeto con el patrimonio material o inmaterial que se presenta (López Molina, 2015).

## **Evolución de las audioguías e investigaciones sobre su uso**

La autora María Jesús González Rodríguez (2013), en *Audioguía para los sentidos*, explica las transformaciones progresivas que están ocurriendo en el consumo de las audioguías. Al respecto afirma que las audioguías tradicionales de alquiler están siendo reemplazadas por audioguías descargables directamente en dispositivos móviles. Este fenómeno introducido por la Web 2.0 es conocido como *turismo 2.0* y avanza, cada vez más rápido, con las nuevas posibilidades que ofrece la Web 3.0.

Según González Rodríguez (2013), esta nueva modalidad ofrece múltiples ventajas ya que se potencia y diversifica la asistencia turística en las ciudades y se abaratan los gastos en la adquisición y el mantenimiento de los equipos.

La autora recalca que en esta nueva generación de audioguías, la participación de los usuarios es un elemento que se suma. Plataformas como *Audioviator*<sup>16</sup> permiten el acceso gratuito y habilitan a los usuarios a la creación de nuevas audioguías y su carga en la *web* para que otros puedan utilizarlas.

Los sistemas de audioguías han evolucionado desde su primera utilización en 1952 en el Museo Stedelijk (Ámsterdam, Holanda) hasta el día de hoy, con la aparición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y, particularmente, con la posibilidad de utilizar dispositivos como el mp3 y mp4 (Narváz Naranjo, 2016). Este avance tecnológico y la incorporación de estos nuevos formatos han despertado cuestionamientos respecto del modo en el que los públicos aprenden e interactúan entre ellos y con el museo. Estos

---

<sup>16</sup> *Audioviator* es una plataforma de audioguías gratuita y colaborativa de “internautas e instituciones” que ofrece este formato en varios idiomas, y mediante el cual, se puede visitar museos, ciudades y realizar otros recorridos. Este sitio web entiende a una audioguía como un “conjunto de archivos de audios asociados a una imagen de un plano, obra de arte o esquema”. Sitio de Audioviator. Última Consulta: 05\11\2019. Disponible en: <https://bit.ly/2q4tROB>

planteos se han intentado responder en diversas investigaciones y Narváez Naranjo comenta los resultados.

La autora menciona los estudios realizados en la ciudad de Londres (Inglaterra), con el fin de indagar sobre las expectativas del público respecto de la utilización de las tecnologías en los museos (Lewis, en Narváez Naranjo, 2016). Los resultados de esta investigación demostraron que los visitantes manifestaban el deseo de contar con programas que muestren la música de otro tiempo relacionada con el objeto patrimonial expuesto, y reclamaban la posibilidad de acceder a las audioguías desde su casa, es decir, que se encuentren disponibles en un sitio web de fácil acceso para toda la comunidad.

En palabras de la autora, existe una “demanda de la sociedad a las instituciones culturales para que desarrollen sus ofertas comunicativas teniendo en cuenta las potencialidades de la tecnología, por esto, las audioguías son un área que debe ser revisada y pensada para aprovecharlas en este contexto que las reclama” (Narváez Naranjo, 2016, p.5).

Por otro lado, los estudios de M. Frid Fleck et al. (2003) encontraron que los visitantes valoran que las audioguías puedan “guiar y brindar información detallada, guardar información para escuchar con posterioridad y permitir descansos auditivos para interactuar con otras personas” (M. Frid Fleck et al. en Narváez Naranjo, 2016, p.8).

En el 2003, Manning y Sims realizaron una investigación en el Museo de Arte de Blanton, en la Universidad de Austin, Texas. Este trabajo consistió en un examen de la viabilidad e impacto de las tecnologías móviles en el aprendizaje en el museo. Los investigadores guiaron su trabajo a partir de la siguiente pregunta: “¿Los dispositivos portátiles mejoran el aprendizaje de los visitantes o los distraen y reducen su cuidadosa observación y pensamiento crítico?” (citado en Narváez Narvajo, 2016, p. 147). Manning y Sims llevaron a cabo entrevistas escritas, observaciones, pruebas de uso y el seguimiento del dispositivo para saber el tiempo que tardaban los visitantes en cada parada y las

páginas a las que ingresaban. Los autores concluyeron que las audioguías ofrecen a los visitantes mayor accesibilidad a recursos intelectuales y culturales del museo y permiten interpelar a los visitantes mediante la interacción, estimulando su pensamiento crítico. De manera que las audioguías ayudan a mejorar la comunicación del visitante con el museo y el diálogo con otros visitantes.

De los estudios surgen datos sobre el **tiempo empleado en cada hito del recorrido**: las personas que usaban el aparato pasaba 20 minutos en las exhibiciones, mientras que los que no lo usaron se limitaban a pasar de 1 a 8 minutos. Sobre la **atención**: fue equilibrada entre las obras y el dispositivo, es decir, los usuarios no se abstrayeron en los aparatos, desechando la posibilidad de contemplar las obras (Manning y Sims, citado en Narváez Narvajo, 2016).

A continuación, detallamos algunas recomendaciones que propone Monserrat Narváez Narvajo (2016) y que fueron consideradas en el proceso de producción de la audioguía Córdoba Legendaria.

- *Hardware* y el *software* de la audioguía: es esencial reconocer los espacios que se visitarán para diseñar el recorrido y utilizar el dispositivo de escucha de manera eficaz.
- Equilibrar la experiencia física en el recorrido y la interacción social, de manera que podamos potenciar, a través del uso de los dispositivos móviles, aprendizajes interactivos y estimulantes para los usuarios. El dispositivo sólo puede lograr propiciar el aprendizaje si balancea el intercambio interpersonal del participante y la experiencia de este último con el entorno patrimonial
- Acceso. Narváez Naranjo plantea que la brecha tecnológica no se encuentra asociada a estas tecnologías. La autora afirma que el grupo que más dificultades posee para utilizar la audioguías en los programas piloto son los adultos mayores. En cambio, los menores de 55 años

muestran mayores facilidades e interés en usar los dispositivos ya que están familiarizados con el uso de tecnología. Por ello sugiere que las audioguías sean desarrolladas para un público objetivo y los dispositivos en los que se almacenen permitan el acceso de modo sencillo.

## **Los recursos expresivos en las audioguías**

En este apartado, nos proponemos rescatar y definir los diferentes conceptos en relación a los *recursos expresivos* que se utilizan en las audioguías, entendiendo como tales a “aquellos elementos que permiten dar forma al contenido que se presenta en las audioguías y que brindan la posibilidad de involucrar al visitante de manera íntima con lo que la audioguía cuenta”. En este sentido, cuando estos elementos se utilizan correctamente, aportan emotividad a la narración y permiten promover e iniciar un cambio en la manera como el visitante aprecia el patrimonio (López Molina, 2015).

Los recursos expresivos que López Molina presenta son los elementos de las técnicas de narración, la ambientación sonora y musical, la dramatización, y la cita o alusión a otras obras.

Las **técnicas de narración** comprenden *la voz narrativa, el punto de vista, el tiempo, el espacio, la elección entre descripción, acción o diálogo, y la estructura*. Estas técnicas permiten, no solo generar empatía con el visitante, sino también implicarse en el mensaje que se intenta transmitir sobre el patrimonio (López Molina, 2015).

La técnica **voz narrativa**, responde a quién es el que cuenta la historia: ¿es un narrador clásico o neutro? ¿desde qué persona gramatical se narra el texto? La respuesta a estos interrogantes permiten dar cuenta del estilo narrativo utilizado. El **punto de vista** hace referencia a la *perspectiva* desde la cual se narra la historia; la manera como el narrador relata lo que sucede en esa historia corresponde al estilo narrativo. El **tiempo** refiere al momento en que sucede la historia que se cuenta en la audioguía. El **espacio** es el lugar físico al que refiere

la narración. En el caso de las audioguías, el espacio queda, generalmente, “implícito en la narración y explícito en la vista” (López Molina, 2015, p. 66). Aún así, se recomienda señalar, en la narración, el espacio que se transita ya sea guiando la mirada del visitante o a través de descripciones. Los **elementos esenciales** que conforman la narración son *la descripción de lugares, personas y cosas, la narración de acciones y los diálogos entre personajes*. Respecto de la **estructura**, si bien la organización narrativa habitual de introducción, nudo y desenlace es considerada la más efectiva para la narración, es válido tener en cuenta el carácter fragmentario de las audioguías, ya que esto abre la oportunidad de experimentar con las secuencias. Los **tiempos y figuras retóricas** hacen referencia a las repeticiones utilizadas para enfatizar una idea, a la personificación de elementos del paisaje y al empleo de metáforas para evocar conceptos abstractos (López Molina, 2015).

El uso de la *cita* o *alusión* guardan relación con los conceptos de **intertextualidad e interdiscursividad**. La cita consiste en introducir un fragmento de otra obra en el guión de la audioguía. Se recomienda, para no infringir los derechos de autor, realizar una referencia explícita de la fuente. “La ‘alusión’ tiene una función similar a las ‘citas’, al ser que incluyen testimonios, evocan el contexto cultural y sugieren influencias mutuas, pero a su vez exigen un mayor esfuerzo en la imaginación y memoria por parte del usuario, es por eso que es recomendado utilizarlas con moderación” (López Molina, 2015, p. 78).

Por último, mencionamos la **música y ambientación sonora** como recursos expresivos utilizados en audioguías. El recurso de la música puede ser clasificado según la función que cumple en el discurso sonoro. En primer lugar, la *música con valor estético* que “propone al usuario disfrutar a través de la música o sumergirse en un estado de ánimo propicio para la percepción estética” (López Molina, 2009, p. 70). En segundo lugar, la *música con valor diegético* que es apropiada para explicar un acontecimiento histórico, como así



también es utilizada en las dramatizaciones o recreaciones históricas. En tercer lugar, la *música con función ambiental* que evita dejar desnuda la narración y permite dar peso narrativo. En cuarto lugar, la *música con valor informativo* es aquella que sitúa al oyente en el contexto cultural del bien patrimonial. En último lugar, la autora agrega que los efectos sonoros se clasifican de la misma manera que la música (López Molina, 2009).

## **El proceso de producción de la audioguía**

Para el diseño y producción del circuito de audioguías Córdoba Legendaria, nos basamos en la propuesta metodológica de Gabriel Kaplún respecto de la construcción de mensajes educativos. Entendemos que el material<sup>17</sup> educativo es un objeto (texto, audiovisual, multimedia, etc.) que ofrece información y permite generar, en un contexto determinado, una experiencia de aprendizaje. Es decir, permite que el individuo cree experiencias en distintos sentidos: perceptivo y conceptual, afectivo o axiológico, de actitudes o de habilidades, entre otros.

### **Primer momento: investigación y pre-alimentación**

Inicialmente, explicitaremos el resultado de las acciones de investigación temática y diagnóstica que permitieron sostener y definir las decisiones de selección y organización temática, el itinerario y el desarrollo narrativo de la audioguía sobre las leyendas de Córdoba.

**1- Historia de Córdoba.** La investigadora **Cristina Boixadós**, con su libro *Las tramas de una Ciudad- Córdoba entre 1870 Y 1895* (2000), y la entrevista que nos brindó, nos permitió conocer sobre la formación planificada de los barrios

---

<sup>17</sup> El autor utiliza los términos material y mensaje educativo como una unidad, utilizando uno u otro término según el uso más habitual en cada caso

de la ciudad de Córdoba, las características de cada barrio y de sus viviendas, información sobre quiénes vivían en cada sector, entre otros.

La escritora cordobesa **Cristina Bajo** nos brindó una mirada sobre la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX. Nos comentó acerca de la Cañada, las leyendas que circulaban en los alrededores de la misma y nos describió cómo era el centro y la élite de esa ciudad que buscaba modernizarse.

El **Dr. Aldo Guzmán** nos describió en detalle -realizamos 3 entrevistas- cómo era el Abrojal, Pueblo Nuevo y el Centro, las tensiones y disputas entre los habitantes del Abrojal y del Centro, las características de estos barrios, de sus viviendas y habitantes. Las casas de inquilinatos, la plaza de las carretas, los negocios que caracterizaron a Pueblo Nuevo, la Casa de Pepino, la Cañada, los personajes de las leyendas que se contaban, fueron otros temas que pudimos conocer a través del Profesor Guzmán.

**Cristian Carnaghi**, Director del Centro Cultural Casa de Pepino, nos comentó la historia de la Casa, el funcionamiento y actividades que lleva adelante el Centro Cultural.

Tras haber investigado sobre la historia de Córdoba y sobre las leyendas que circulaban en el contexto en que se enmarca este trabajo y, luego de definir las leyendas del circuito de audioguías, entendimos que era importante hablar sobre los habitantes, las creencias y las características del Abrojal, de Pueblo Nuevo y del Centro -espacios donde eran vistos los personajes de las leyendas-, así como también, abordar las tensiones y disputas que existían entre estos sectores durante el período seleccionado.

2- **Significado y función de las leyendas.** Investigamos no solo conceptualmente las leyendas, sino las funciones que cumplen en una sociedad. Particularmente, nos interesó comprender por qué circulaban estas historias en una Córdoba que busca modernizarse según ideales europeos. Para profundizar,

indagamos el motivo por el cual la Cañada reunía un gran porcentaje de las leyendas que circulaban en la época en que se enmarca el presente trabajo.

Además de las lecturas realizadas, entrevistamos a la antropóloga **Graciela Tedesco**, quien nos brindó información sobre la función que cumplían las leyendas en la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX y el motivo por el cual aparecían cerca de la cañada.

Por último, los narracuentos de la Escuela de Cuentaría Narracuentos nos contaron las leyendas e historias de la época que aborda el presente trabajo.

3- **Oralidad y literatura oral.** Para abordar adecuadamente las leyendas en el circuito de audioguías -desde el punto de vista sonoro y también desde los contenidos que podíamos recuperar en el producto-, consideramos importante conocer qué es oralidad y literatura oral. Investigamos sobre este tema utilizando como metodología el **análisis de contenido** -leímos textos y *papers* relacionados con la temática- y realizamos **entrevistas semiestructuradas** a narracuentos.

4- **Audioguía.** Investigamos sobre las características de este producto comunicacional con formato audio. Para ello, no solo leímos acerca de lo que son las audioguías, sino también, fuimos a museos y escuchamos las audioguías que ofrecían, descargamos audioguías de Spotify que guiaban recorridos en exteriores y escuchamos las audioguías que ofrece la ciudad de Córdoba sobre el patrimonio de la ciudad. Así mismo, en el año 2017, junto a la Cátedra de Producción Radiofónica y siendo ayudantes de alumnas, colaboramos en la producción del circuito de audioguías para el Parque Nacional Sierra de las Quijadas. Esta actividad nos sirvió como antecedente a la producción de las audioguías que presentamos.

5- **Museo, patrimonio cultural material e inmaterial, y Noche de los Museos.** Era necesario tener una mirada acerca de los museos ya que el circuito de audioguías Córdoba Legendaria circularía en el contexto de la Noche de los Museos y porque esta propuesta cultural formaría parte de las actividades que proponga el museo del Palacio de Justicia. Por otra parte, el concepto de patrimonio cultural material e inmaterial cobra especial relevancia en tanto la audioguía busca recuperar y valorar parte del patrimonio de la ciudad de Córdoba.

Para abordar los temas museo y patrimonio cultural material e inmaterial, además de lecturas realizadas, entrevistamos a la Mgter. Mirta Bonnin quien nos dio una mirada latinoamericana sobre la concepción de museo y patrimonio cultural material e inmaterial.

Por otra parte, entrevistamos a la Lic. Zusana Boneu, responsable del diseño y organización general de la Noche de los Museos de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNC. Ella no solo nos brindó información acerca de la historia de la Noche de los Museos en Córdoba, sino también, nos comentó acerca de las características más relevantes de este evento y la organización del mismo.

Kaplún plantea un estrategia de producción dividida en tres ejes: conceptual, pedagógico y comunicacional. A continuación, daremos cuenta del proceso de producción a través de la explicitación de las decisiones de cada uno de los ejes.

### **Eje conceptual: los contenidos**

Este eje se relaciona con los contenidos del mensaje, la selección y organización de los mismos. Dentro del proceso de producción, esta es la etapa de investigación previa a la creación del material.

Como ya mencionamos, en el proceso de investigación para producir la audioguía, se investigaron las leyendas que circularon hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX en la Ciudad de Córdoba. Con esta información, descubrimos que, en los alrededores de La Cañada, se concentraba un porcentaje importante de estas leyendas.

Decidimos seleccionar un número determinado de historias teniendo en cuenta las características del recorrido que tendría la audioguía, los límites para no caer en la saturación de información y la duración del circuito. Cuando realizamos por primera vez el recorrido detectamos que era muy largo, con el riesgo de perder atención y tensión, por lo tanto retiramos algunas leyendas. Atendiendo a las particularidades y posibilidades reales del formato, las leyendas seleccionadas para formar parte del circuito fueron las siguientes:

- **La Pelada de la Cañada**

Esta es considerada una de las leyendas urbanas de fines del siglo XIX más conocida en la ciudad de Córdoba. Si bien existen varias versiones de la leyenda, aquí recuperaremos la versión de la pelada llorona y doliente (Grimaut, 2009).

Se dice que La Pelada era una figura humana femenina, de contextura pequeña y cabeza calva que vestía de luto y llevaba un manto que cubría su cabeza y ocultaba su rostro. Cuenta la leyenda que esta mujer, hacia finales del 1900, transitaba el cauce antiguo de La Cañada desde el barrio que se conocía como Pueblo Nuevo hasta la calle 27 de Abril. Esta zona era muy temida por la gente supersticiosa, quienes decían escuchar los llantos de las almas en penas que habían sido ajusticiadas en la horca que se ubicaba en la intersección de las actuales calles Boulevard San Juan, Belgrano y Marcelo T. de Alvear (Grimaut, 2009).

Esta mujer aparecía imprevistamente en la oscuridad de la noche y acompañaba a los hombres trasnochadores o borrachos que caminaban solos por el costado del arroyo de la Cañada. En el trayecto, la mujer lloraba desconsoladamente y cuando el hombre, sin darse cuenta que se trataba de un fantasma, le preguntaba a la mujer la causa de su desesperación, ella se quitaba el manto negro, descubría su rostro cadavérico y mostraba su cabeza totalmente pelada, espantando al hombre a quien acompañaba. Se cuenta que muchos de los hombres que habían visto a la Pelada dejaban sus andanzas nocturnas por miedo a volver a encontrarla (Grimaut, 2009).

Parece que la pelada dejó de aparecer a principios del siglo XX, algunos dicen que fue a causa del mejoramiento del alumbrado público, y otros, como las viejas criollas, decían que ellas mismas habían conseguido, a través de sus oraciones, que esta alma en pena saliera del purgatorio y dejara de andar penando (Grimaut, 2009). Aún así, la leyenda de la pelada sigue viva en los relatos de los más viejos que la recuerdan.

- **El Farol**

Otra leyenda urbana de la Córdoba de fines del siglo XIX es el farol. Dicen que este fantasma salía de noche y flotaba a la altura de una persona, a veces, encima del arroyo de la Cañada y, otras veces, en las orillas, entre el puente de la Calle Deán Funes y el Abrojal. Era un fantasma inofensivo si no se lo provocaba y un silbido era suficiente para que el farol apareciera de repente y golpeará al sujeto que lo había molestado. Dicen que pasada la golpiza, y para asustar al transeúnte que lo había provocado, el farol se golpeaba contra las paredes o el suelo, aunque nunca se apagó (Grimaut, 2009).

- **El Chanco Bendito**

El Chanco Bendito era un cerdo de gran tamaño que, según cuentan, aparecía en las noches oscuras de la Córdoba de fines del siglo XIX. Dicen que

era visto en la Cañada, más o menos a la altura de la calle San Luis, y que caminaba hacia el norte hasta que misteriosamente desaparecía. Los vecinos llamaron a esta aparición Chanco Benedito ya que surgía del mismo lugar donde había fallecido un carrero llamado Benedito (Grimaut, 2009).

- **La Gallina Gigante**

Cuenta la leyenda que La Gallina Gigante aparecía durante la noche en las orillas de la cañada, a la altura de la calle Fructuoso Rivera, es decir, frente a lo que fue, a principios del siglo XX, el viejo almacén de Pepino. Dicen que esta gallina era más grande que un caballo y que era acompañada por sus pollitos del tamaño de terneros (Grimaut, 2009).

## **2- Historia de Córdoba.**

Para investigar el contexto histórico -cuya representación requería la audioguía- leímos la historia de Córdoba desde la llegada de los colonizadores españoles a América -específicamente a las provincias que luego formaron parte de la Argentina- hasta principios de siglo XX. Además, abordamos la formación de los barrios de la ciudad de Córdoba, cómo eran y vivían las personas que habitaban los suburbios de Córdoba en el período mencionado (**análisis de contenido**). Posteriormente, realizamos **entrevistas semiestructuradas** a historiadores, escritores, vecinos de barrio Güemes (Cristina Boixadós, Cristina Bajo, Aldo Guzmán, Cristian Carnaghi) quienes nos permitieron profundizar cada uno desde su especificidad.

## **Eje pedagógico: los destinatarios**

Implica el análisis de los destinatarios del mensaje. En este punto, no sólo importa conocer aspectos del destinatario como la edad, la profesión y el lugar de procedencia, por ejemplo, sino también conocer qué sabe y qué desconoce sobre la temática que aborda el mensaje. Asimismo, este eje supone

investigar sobre el universo cultural y los códigos del destinatario. Conocer estos aspectos permitirá construir lo que Kaplún denominó eje comunicacional -desarrollaremos este punto más adelante-.

El eje pedagógico nos permite delimitar un punto de partida y un punto de llegada aproximados para el destinatario del mensaje, o dicho de otra manera, nos permite diseñar para este destinatario “un camino que le invitamos a recorrer, una perspectiva nueva que queremos abrirle y que le proponemos descubrir. Al final de ese camino podrá o no haber efectivamente cambiado o enriquecido algunas de sus concepciones, percepciones, valores, etc” (Kaplún, 2002, p. 5). Sin embargo, Kaplún explica que no es suficiente conocer el final del camino, puesto que para delineararlo se debe conocer muy bien el punto de partida. Y ese punto de inicio es justamente el lugar donde se encuentra el destinatario respecto del eje conceptual del mensaje.

Las corrientes constructivistas plantean que, para lograr que un individuo aprenda, es importante conocer las ideas constructoras que tiene respecto del tema que se abordará. Estas ideas constructores son “aquellas sobre las cuales, con las cuales y frecuentemente contra las cuales se intentará construir una nueva percepción, una nueva conceptualización, habilidad, etc” (Kaplún, 2002, pp. 5- 6).

## **El diagnóstico de la situación de comunicación: el destinatario**

### **La Noche de los Museos Córdoba**

La Noche de los Museos es un evento cultural que se realiza una vez por año en la Ciudad de Córdoba. La particularidad de esta propuesta es que, durante seis horas y por la noche, los museos universitarios, municipales, provinciales y centros culturales, permanecen abiertos al público y ofrecen no solo la muestra fija del museo, sino que también, proponen actividades culturales especiales para esa noche. Participan de estas propuestas atractivas y lúdicas diversas disciplinas y actores sociales. Esto mantiene coherencia con



uno de los objetivos del evento a decir, ampliar los públicos que visitan los museos y llegar a sectores que no ocupan estos espacios. Cabe destacar que el acceso es libre y gratuito.

En Córdoba, La Noche de los Museos surgió en el año 2011 y fue organizada por el Programa de Museos de la Universidad (PROMU)<sup>18</sup> de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba (SECyT- UNC). En el momento en que se organizó por primera vez La Noche de los Museos en Córdoba<sup>19</sup>, el PROMU realizaba tareas de divulgación y, en ese contexto, este evento resultó interesante como propuesta que, no solo vincularía acciones de comunicación y divulgación con la sociedad, sino también permitiría ligar, de una manera diferente, a los museos, al capital patrimonial y a la sociedad (Z. Boneu, comunicación personal, 26 de octubre de 2017).

En cuanto a la Noche de los Museos es menester aclarar que el concepto del evento surgió en Europa. Dentro de Argentina, provincias como Buenos Aires y Santa Fe, también realizan este evento; sin embargo, el formato que se trabaja en Córdoba es diferente del que proponen en otras provincias. Al respecto, la Lic. Zusana Boneu, responsable del diseño y organización general de la Noche de los Museos de la Secretaría de Ciencia y Tecnología de la UNC, en una de la entrevistas que nos brindó, comenta que en Córdoba, la Noche de los Museos es un proyecto que inicia en la Secretaría de Ciencias y Tecnología y, concretamente, surge desde un programa de educación científica. Por ese motivo, lo que interesa es comunicar y transmitir la ciencia y la tecnología relacionada a los museos de la universidad (comunicación personal, 26 de octubre de 2017).

---

<sup>18</sup> El Programa de Museos de la Universidad Nacional de Córdoba (PROMU) es la entidad que nuclea a todos los museos de la Universidad. Para más información, puede ingresar al sitio web <https://promu.secyt.unc.edu.ar/>

<sup>19</sup> El concepto de La Noche de los Museos surgió en Europa y; actualmente, provincias de la Argentina, tales como Buenos Aires y Santa Fe, también, realizan este evento.

Otra característica de la Noche de los Museos es que, a partir de la tercera edición, se incorporó a cada evento un lema concepto común para fortalecer el vínculo entre los museos y la Universidad. La Noche de los Museos 2019 (18 de octubre) trabaja con el lema *Museos de Córdoba, espacios de diálogo social*. En esta novena edición del evento, se pretende focalizar

en el diseño de narrativas que valoricen ‘la aceptación y el respeto a la diferencia, a la diversidad y pluralidad’ de los visitantes’ (...). Se espera que los participantes experimenten, recreen e interpreten de diversas maneras el acervo patrimonial, y que tanto los organizadores como los visitantes reflexionen sobre ‘situaciones sociales y culturales conflictivas o controversiales que se vinculen al contenido tangible o intangible’ de cada museo (UNC, 2019).

Como la audioguía fue diseñada para que circule en el marco de La Noche de los Museos, **entrevistamos** a Zusana Boneu, coordinadora de la Noche de los Museos, y le preguntamos sobre el perfil del visitante de La Noche de los Museos. Ella nos compartió la encuesta con los datos obtenidos en el evento realizado en el 2016.

De esta encuesta, tomamos los puntos que consideramos útiles para diseñar el producto, a saber: edad de los visitantes, profesión/ocupación, medio por el cual obtuvo información sobre la Noche de los Museos, concurrencia a ediciones anteriores de la Noche de los Museos, concurrencia a museos por fuera de este evento y opinión sobre las propuestas de intervención artística de la Noche: teatro, música, performances.

Por otra parte, concurrimos a las ediciones 2017 y 2018 del evento para observar cuáles eran las propuestas de la Noche de los Museos, para conocer quiénes asistían y para adquirir experiencias en el evento. En la edición 2017

asistimos a las actividades que se organizaron en torno al nodo Clínicas. Sofia Villagra asistió como pasante en el museo del Hospital de Clínicas y Sofia Cano asistió como observadora de todas las actividades que se realizaban en el nodo: cancha de Belgrano, museo Casa de la Reforma Universitaria y museo del Hospital de Clínicas. Pudimos tener una experiencia desde adentro y desde afuera de la organización de la Noche de los Museos.

En la edición del 2018, realizaron las actividades propuestas en el Palacio de Justicia. Luego, realizaron la caminata que propone el circuito de audioguías Córdoba Legendaria y, finalmente, apreciaron la propuesta cultural que ofrecía el Centro Cultural Casa de Pepino. En este caso, el objetivo fue tener una experiencia parcial de la manera como sería la experiencia de salir de la propuesta cultural del Palacio de Justicia, realizar el circuito de audioguías y finalmente, disfrutar la propuesta del Centro Cultural Casa de Pepino.

En general, intentamos en este período de investigación involucrarnos y obtener la mayor cantidad de experiencias en estos eventos, y así tener una mirada integral de la Noche de los Museos. Si bien sabíamos que nuestro circuito iniciaría en las escalinatas del Palacio de Justicia y finalizaría en el Centro Cultural Casa de Pepino, no debíamos perder de vista el hecho de que este producto comunicacional iba a circular en el contexto mayor del evento. A continuación, se presentan algunos de los datos recabados en la encuesta de la Noche de los Museos realizada en Córdoba en el año 2016 .

1. Sobre el perfil profesional de los visitantes de la Noche de los Museos (Córdoba)
  - El 39% es profesional.
  - El 28% es estudiante,
  - El 11% trabaja en relación de dependencia,
  - El 8% trabaja independiente,
  - El 4% es ama de casa

- El 10% restante no respondió
2. Sobre el lugar de residencia los visitantes de la Noche de los Museos (Córdoba)
    - 76% reside en la Ciudad de Córdoba
    - 18% reside en localidades de Córdoba
    - 6% no contesta
  3. Sobre la manera como se enteraron del evento los visitantes de la Noche de los Museos .
    - Amigos 33%
    - Facebook 40%
    - Twitter 1%
    - Diario 4%
    - Página web de la Noche de los Museos 2%
    - Otro medio 11%
  4. Sobre la concurrencia de los visitantes de la Noche de los Museos 2016 a ediciones anteriores
    - Sí 43%
    - No 57%
  5. Sobre la concurrencia de los visitantes de la Noche de los Museos 2016 a museos por fuera de este evento
    - Sí 52%
    - No 48%

6. Sobre la opinión de los visitantes de la Noche de los Museos respecto de las propuestas de intervención artística del evento: teatro, música, performances

- Excelentes 22%
- Muy buenas 57%
- Buenas 15%
- Regulares 3%
- No contesta 3%

En la ficha técnica del visitante de la Noche de los Museos edición 2016, se concluye que las personas que asisten al evento son, en general, profesionales y estudiantes que residen en la Ciudad de Córdoba y que asisten al evento en grupo. Estos visitantes se enteraron de la Noche de los Museos a través de Facebook y consideraron muy buenas las propuestas performáticas que se organizan en el marco de este evento.

### **La circulación de la audioguía**

En lo que respecta a las decisiones sobre el acceso y el uso de la audioguía, tomando las consideraciones teóricas y las experiencias que pudimos recoger, decidimos colocar el producto sonoro en dos sitios:

Por un lado, los tracks que conforman el circuito estarán disponibles para su descarga en la aplicación y página web de la Noche de los Museos. La Lic. Zusana Boneu nos expresó su interés por incorporar el circuito de audioguías a las actividades que proponga la Noche de los Museos 2019 y consideró oportuno colocar el producto en la APP del evento.

Por otro lado, los usuarios de la audioguía podrán descargar el circuito desde la plataforma Drop Box<sup>20</sup> a través de el código QR<sup>21</sup> ubicado en el díptico que acompaña a la audioguía.

### **Eje comunicacional: la estrategia narrativa**

Una vez precisados el eje conceptual y el pedagógico, se toman decisiones sobre el eje comunicacional, es decir, cómo recorrerá el destinatario de la audioguía el camino hacia el contenido propuesto. Dicho de otra forma, este eje es el vehículo que nos permitirá recorrer el camino hacia el contenido del mensaje (Kaplún, 2002).

El eje comunicacional se ocupa de la manera como nos vamos a relacionar con el destinatario, es decir, implica revisar cuál es la mejor estrategia comunicativa para que el mensaje llegue al destinatario. Se entiende que el eje pedagógico articula a los otros dos ejes puesto que, conociendo el contenido del mensaje y al destinatario del mismo, podremos elegir qué recurso comunicacional es el más efectivo y adecuado para que el mensaje sea comprendido.

Los formatos utilizados para la realización de la audioguía Córdoba Legendaria fueron la dramatización, el paisaje sonoro, el relato, la descripción y la personificación.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, e identificando a nuestra audioguía como un producto sonoro que permite recorrer de manera independiente una parte de la ciudad de Córdoba para conocer su historia y sus leyendas, optamos por proponer nuestra idea a Zuzana Boneau, Secretaria de

---

<sup>20</sup> Drop Box es un “servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube. El servicio permite a los usuarios almacenar y sincronizar archivos en línea y entre ordenadores y compartir archivos y carpetas con otros usuarios y con tabletas y móviles”. Dropbox (2019). Preguntas Frecuentes. Recuperado de <https://bit.ly/317WPtw>

<sup>21</sup> Código QR es “un sistema para almacenar información en una matriz de puntos o un código de barras bidimensional, que se puede presentar en forma impresa o en pantalla y, a diferencia de su antecesor el código de barras, puede ser interpretables por cualquier aparato que pueda captar imágenes y cuente con el software adecuado” (Huidobro, 2019, p.47).

Comunicación de la SECYT. Zuzana recibió la propuesta con apertura, al considerar que este circuito de audioguías se adaptaría al contexto de la Noche de los Museos y a su modalidad de trabajo. En este sentido, esta audioguía sería producto de un trabajo de interdisciplinariedad y participación de diversos actores sociales quienes, desde su ámbito de conocimiento, ayudarían a reconstruir, no solo la Córdoba de fines del siglo XIX y principios del XX, sino también, colaborarían contándonos esas historias y brindándonos información sobre las leyendas urbanas de Córdoba y sus significaciones.

Luego de investigar sobre la historia de Córdoba y las leyendas urbanas, seleccionamos aquellas historias cuyos personajes eran vistos en zonas cercanas. Esto nos permitió trazar un camino para la audioguía. Una vez esquematizado el camino según las historias seleccionadas, decidimos que el inicio del circuito debía iniciar en el Observatorio Astronómico de Córdoba y finalizar en el Centro Cultural Casa de Pepino.

Con esta idea inicial, concertamos una primera reunión con Zuzana Boneu, Directora Área de Comunicaciones y Coordinadora de la Noche de los Museos. Ella nos contó acerca de la organización de este evento y nos recomendó contactarnos con los directivos del Museo Observatorio Domingo F. Sarmiento y del Museo Municipal y Casa Cultural Casa de Pepino, ya que nos explicó que desde la organización de la Noche de los Museos se establecen lineamientos generales para todos los museos y centros culturales que participan, sin embargo, cada museo tiene autonomía para proponer y desarrollar su grilla de actividades y la difusión de las mismas.

Fue así que nos comunicamos con ambos museos. En el Museo Observatorio Astronómico de Córdoba, entrevistamos a Victoria Rubinstein -área de comunicación del museo-, quien nos comentó cómo funciona el museo y cómo se organiza durante la Noche de los Museos. Luego, entrevistamos al director del Centro Cultural Casa de Pepino, Cristian Carnaghi, quien también

nos comentó acerca de la organización del centro cultural durante la Noche de los Museos y nos compartió la historia de la casa.

Luego de haber leído diversos textos sobre la historia de Córdoba, habiendo realizado entrevistas a historiadores, escritores e investigadores, y habiendo recortado el trayecto; marcamos los puntos donde circulaban las leyendas hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX y armamos, para cada estación, un listado de temas que podían ser abordados, según los barrios y elementos que merecían ser rescatados, según la información que habíamos relevado en las entrevistas a escritores e investigadores, y teniendo en cuenta lo que habíamos leído en los textos sobre historia de Córdoba.

## **Producción del guión**

Esta unidad se propone dar cuenta sobre las decisiones de producción tomadas para la realización del guión del circuito de audioguías Córdoba Legendaria.

En primer lugar, se hará alusión a las voces incorporadas a la audioguía: locutor/a 1, locutora 2, entrevistados, narra cuento, personificación de Sarmiento, Papa de Hortensia... En segundo lugar, se referirá a las decisiones de producción tomadas en relación con cada *track* de la audioguía, concretamente: objetivos, estrategias comunicacionales utilizadas y selección de voces.

## **Voces de la audioguía**

El circuito de audioguías Córdoba Legendaria fue producido con la intención de incorporar diferentes sujetos que permitan reconstruir, cada uno desde su experticia, la temática que se aborda con este producto.



Respecto de las voces que aparecen en la audioguía, cada una cumple una función específica. Por lo tanto, en virtud del rol comunicativo que tiene cada track, podemos identificar:

- **Voces institucionales.** Son aquellas que orientan sobre la audioguía como producto. Acá, se incluye la voz que orienta sobre los nombres de cada *track*, los créditos, entre otros.
- **Voces de actores personalizados:** son aquellas que pertenecen a los testimonios de los entrevistados en tanto expertos del contenido del *track*.
- **Voces de actores no personalizados:** son las que pertenecen a los recursos en sí mismos, tales como las dramatizaciones, narrador omniscientes que describe las historias, entre otros.

Detalle de las voces según su referencia en el guión:

1)- Presentador es la voz que introduce los títulos de cada uno de los *tracks* y es quien realiza los agradecimientos finales quienes hicieron posible la concreción de la audioguía. Se seleccionó una voz juvenil y de tono grave.

2)- Locutor/a 1 es la voz que introduce los títulos de cada uno de los *tracks* y es quien realiza los agradecimientos finales quienes hicieron posible la concreción de la audioguía. Se seleccionó una voz juvenil y de tono grave. Además, esta figura guía, en el presente, al oyente de la audioguía. Es la voz encargada indicar dónde se encuentra el oyente y hacia dónde debe dirigirse. Además, esta voz es la que inicia y finaliza el recorrido del circuito, por ende, no solo ofrece información variada sobre algunos aspectos importantes que el oyente debe tener en cuenta antes de iniciar el recorrido -duración del circuito, temática, voces que participan-, sino que también realiza algunas reflexiones o

aclaraciones, en tiempo presente, respecto de los sitios que se recorren o de los acontecimientos que se relatan.

Florencia Brandolini y Pablo Ramos son las voces que ocupan el lugar del locutor 1. Cada uno de ellos, con el timbre propio de su voz, toma la palabra en distintos momentos para evitar que el mensaje se torne monótono. Se buscaron voces que transmitan seguridad y, a la vez, que inviten a participar de la propuesta.

2)- Locutor 2. Es la voz que se ocupa de brindar información relativa a los lugares que se están transitando, es la voz que relata el pasado. Sofía Villagra es la persona que tomó el lugar de esta figura dentro de la audioguía puesto que su voz era acorde a las características que se buscaban, es decir, una voz de intensidad suave, que transmita seguridad y que sea capaz de relatar de manera dulce la información de los espacios que se presentan a largo del circuito.

3)- Entrevistados: en la audioguía, se incorporan distintos entrevistados que ofrecen posibles miradas respecto del contexto que se retrata en el producto; relatan las leyendas urbanas seleccionadas y brindan posibles significados de las mismas. Cada uno, desde su experiencia y experticia, ofrece información valiosa para abordar la temática de la audioguía.

- María Cristina Boixadós<sup>22</sup> es Doctora en Historia (Universidad Nacional de Córdoba), investigadora y escritora. Ella aportó información, acerca de cómo fue la formación de los primeros barrios de Córdoba, en qué contexto político y social se edificaron, describió cómo eran esos barrios y brindó datos acerca de la Cañada.

---

<sup>22</sup> Para ampliar información respecto de la biografía de María Cristina Boixadós, puede acceder a su sitio oficial <http://cristinaboixados.com.ar/>

- Cristina Bajo es escritora cordobesa. Aportó información relacionada con las leyendas urbanas de Córdoba, datos respecto del contexto político sobre las disputas y diferencias que existían entre las clases sociales de la época, datos sobre la cañada y una mirada respecto de la relación que había entre el arroyo de la cañada y las leyendas que circulaban en sus alrededores.
- María Graciela Tedesco (Dr. en Ciencias Sociales, Magister en Antropología y Licenciada en Comunicación Social) es investigadora del CONICET especializada en Antropología Social, Antropología Urbana. Aportó sobre el significado de las leyendas urbanas elegidas en el contexto de una Córdoba dividida entre una elite que tenía como horizonte la modernidad y el progreso según los valores europeos; y la clase más humilde que vivía en la pobreza de los ranchos y cuyo estilo de vida -y posibilidades de vida- eran completamente contrarias a la idea de progreso que pretendía lograr la elite política cordobesa.
- César Vargas es narracuentos y su voz fue seleccionada para relatar las 4 leyendas urbanas que aparecen en la audioguía. El proceso de selección de esta voz fue resultado del acercamiento del equipo de trabajo -Paula Sofía Cano y Sofía Villagra- a uno de los grupos de narracuentos de Córdoba: la Escuela de Cuentaría Narracuentos. El interés por integrar al audioguía un narracuento radicó, en principio, en entender el entrenamiento que estos grupos realizan en torno a la narración oral, ya que explotan todas las posibilidades performáticas de la narración. Se eligió esta escuela de cuentería, porque la docente a cargo del grupo de narracuentos había escrito sobre leyendas de Córdoba y pretendía trabajar la temática con sus alumnos. La segunda fase consistió en probar las voces de alguno de los miembros de la escuela.

Luego de testear las posibles voces, se eligió la voz de César Vargas, ya que las características de su voz, el tono, la intensidad, el timbre y la expresividad con que narraba las historias se amoldaba a la sonoridad que se buscaba para el relato de las leyendas.

### 3)- Otras voces

- Personificación de Sarmiento: a cargo de Gabriel Saint Genez, locutor de los SRT. Se eligió una voz de tono grave, volumen alto y que transmite seguridad.
- Personificación de Galvéz: Fabián Aranda (periodista SRT). Se buscó una persona cuya voz tuviera cualidades diferentes a las voces presentes en la audioguía. Por otra parte, se eligió esta voz porque buscábamos una expresión reflexiva
- Personificación Pepino Tucci: Beto Bernuez (Actor de la Comedia Cordobesa)
- Personificación Papa de Hortensia: Mariana Bonadero (Actriz de teatro y del programa Mirá Quién Habla de 102.3 Más que Música)
- Personificación de mujer pituca: Ana Isaías (Columnista de cocina en A Pura Radio de Radio Universidad).

## ***Tracks*<sup>23</sup> de la audioguía**

### **Track 1**

El objetivo del primer *track* de la audioguía es dar la bienvenida y presentar al visitante algunas características de la experiencia que va a vivenciar a través del recorrido. Así, se anticipa la temática de la audioguía, el tiempo aproximado de duración del recorrido, los lugares donde inicia y finaliza el trayecto, se presentan las voces que brindarán información sobre los lugares que se recorrerán.

---

<sup>23</sup> Del inglés pistas o audios. En el contexto de un circuito de audioguías, los *tracks* constituyen cada una de las pistas que conforman al producto.

Para lograr el objetivo de la audioguía, utilizamos dos recursos comunicacionales: la narración y la música con función ambiental. En este *track*, prevalece la voz institucional.

### **Track 2.** La prisión encantada.

El objetivo del segundo track es, por un lado, brindar información sobre el Paseo Sobremonte, describir cómo era hacia fines del siglo XIX y contar quiénes hacía uso de estos espacios. Por otro lado, el Paseo Sobremonte permite empezar a hablar sobre la modernidad y conocer algunas características de la elite cordobesa.

Para contar el contenido del *track*, utilizamos como recursos comunicacionales el relato, la descripción, la personificación y el paisaje sonoro. En este *track*, prevalece la música con valor diegético y la voz de actores no personalizados.

### **Track 3**

El objetivo del tercer *track* es relatar la leyenda de la Pelada de la Cañada y algunas historias que se cuentan en relación con este personaje. Otro objetivos es ofrecer una mirada respecto del significado y el rol que tenían las leyendas que circulaban en la zona de la cañada hacia fines del siglo XIX.

Los recursos comunicacionales que se incorporaron en el track fueron el paisaje sonoro, la teatralización, el relato y el testimonio. Prevalece la música con valor estético y la voz de actores no personalizados.

### **Track 4**

El objetivo de este track es narrar la leyenda de El Farol y ofrecer una mirada respecto del rol de las leyendas en el contexto de la Córdoba del siglo XIX.

Los recursos comunicacionales utilizados fueron el relato, el paisaje sonoro, el testimonio a través de fragmentos de entrevistas y la teatralización. Por otra parte, en este track, prevalecen la música con función estética y la alternancia entre la voz de actores no personalizados y la voz de actores personalizados.

#### **Track 5. Estación Fronteras en Disputa**

Este track se propone describir algunas características de los habitantes de los barrios Centro y el Abrojal, como así también, abordar la disputa que existía entre ambos sectores. Para ello, en este track se habla sobre el carnaval, en tanto esta festividad permite mostrar el mencionado confrontamiento que existía entre los habitantes del Centro y el Abrojal. Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción, la teatralización y el paisaje sonoro. Prevalece la música con valor estético y la voz de actores no personalizados.

#### **Track 6. Estación El Murallón de Piedra**

El objetivo del *track* es destacar el valor patrimonial de 3 objetos que se encuentran en la Plazoleta Carlos Gardel: el último resto de Calicanto que conserva la Ciudad de Córdoba, el busto de José María Llanes y el busto de Carlos Gardel. Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción y la alternancia entre la música con valor diegético y la música con valor estético. Prevalece la voz de actores no personalizados.

#### **Track 7. Estación: el barrio de los abrojalitos**

El objetivo de este *track* es describir cómo era el Abrojal hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción, la personificación, el testimonio a partir de fragmentos de entrevistas y el paisaje sonoro. La música tiene valor estético y prevalece la voz de actores no personalizados.

### **Track 8. Estación: el chancho Benedicto**

Este *track* tiene como objetivo relatar la leyenda del Chancho Benedicto. Los recursos comunicacionales utilizados para lograr este fin son el paisaje sonoro y el relato. La música tiene valor estético y prevalece la voz de actores no personalizados.

### **Track 9**

El objetivo del *track* 9 es hablar sobre el arroyo de la Cañada y de la Cañada como edificación necesaria para encauzar el arroyo que generó numerosas inundaciones en la ciudad de Córdoba.

Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción, el paisaje sonoro, y el testimonio a partir de la selección de fragmentos de entrevistas. Prevalece la alternancia entre la música con valor diegético y la música con función ambiental. Por otro lado, hay una alternancia entre la voz de actores no personalizados y la voz de actores personalizados.

### **Track 10. Estación Plaza de las Carretas**

El objetivo de este *track* es describir cómo era Pueblo Nuevo hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX.

Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción, el testimonio y el paisaje sonoro. Hay un predominio de la música con valor estético y una alternancia entre la voz de actores no personalizados y actores personalizados.

### **Track 11. Estación; una esquina emblemática**

El objetivo de este *track* es brindar información sobre la casa de pepino, mencionar quién era la Papa de Hortensia, relatar la leyenda de la gallina gigante y finalizar el circuito de audioguías Córdoba Legendaria.

Los recursos comunicacionales utilizados son la descripción, la personificación y el relato. Predomina la música con valor estético y la voz de actores no personalizados.

### **Track 12. Agradecimientos**

El objetivo del *track* final es ofrecer información respecto de la audioguía: quiénes fueron las productoras y realizadoras del producto, en qué contexto se realizó y agradecer a quienes hicieron posible la concreción del circuito de audioguías Córdoba Legendaria.

En este *track*, prevalece la música con función ambiental y la voz institucional.

## **Guión de los *tracks* 1 y 2 del circuito de audioguías Córdoba**

### **Legendaria**

A continuación, se incorporan a modo ilustrativo los guiones de los *tracks* 1 y 2 del circuito en la comprensión que el guión “es la concreción escrita de la idea, la temática, la concepción sonora del o de los productores”, y que “desempeña un doble papel, la materialización en un código de escritura de la imagen mental del emisor y del texto sonoro que significará la imagen sonora” (Giró, 2013 pág. 101). Los guiones completos pueden leerse en el Anexo.





	<p><b>LOCUTORA 2:</b> Ahora sí, viajemos en el tiempo. Nuestro primer destino es la prisión encantada. Cruzá la calle con cuidado. Nos re encontramos en el Paseo Sobremonte del siglo XIX.</p>
<p><i>Fade out</i> cortina Acclarate.</p>	

<b>TRACK 2: ESTACIÓN LA PRISIÓN ENCANTADA.</b> <b>[ Duración: 4' 10'' ] [ Lugar: Escalinatas del Palacio de Justicia hasta 27 de Abril y Cañada ]</b>	
<i>Fade in Tribal War Council</i>	
	<b>LOCUTOR PRESENTADOR:</b> Estación La Prisión Encantada.
<i>Fade out Tribal War Council. Fade in Acclarate.</i>	
	<b>LOCUTORA GUÍA:</b> Estamos en el Paseo Marqués de Sobremonte. Este sitio fue creado en 1786 como espacio de recreación para la elite cordobesa. Lleva el nombre del Gobernador-Intendente que lo fundó. Mientras te contamos sobre este lugar, te dirigirás hacia la esquina de 27 de abril y Cañada.
<i>Fade off Acclarate. Fade in Lost in Prayer.<sup>26</sup></i>	
	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> En este lugar, fueron colocadas durante las remodelaciones que se realizaron en 1888, cuatro esculturas de bronce. Actualmente, quedan solo tres. Las obras, fueron traídas de París y representan cada una de las estaciones del año.
Pausa en locución 2 segundos. Continua cortina.	
	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> Luego se sumaron las estatuas de dos diosas romanas. Vesta, la diosa del hogar y Ceres, la diosa de la agricultura.
<i>Fade out Lost in Prayer.</i>	
Voz en off.	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> Originalmente, todas estas figuras fueron situadas en las

<sup>26</sup> Lost In Prayer de Doug Maxwell. Libre de derechos. Disponible en: <https://bit.ly/2LWQCOF>

	esquinas de un lago que ya no existe.
<i>Fade in</i> paisaje sonoro: risas, jóvenes chapoteando en el agua, voces niños.	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> Hacia fines del siglo XIX, el paisaje era muy distinto de lo que es hoy.
Pausa locución 2 segundos. Se escuchan jóvenes riendo..	
Paisaje sonoro continúa en segundo plano.	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> El paseo estaba rodeado de sauces llorones y álamos añejos, que abrazaban a los visitantes mientras disfrutaban de su tiempo de ocio, o de algún amor juvenil. Lo más distintivo de este espacio, era un gran estanque que era usado para brindar agua corriente a las casas cercanas. El estanque, se extendía hasta la reja negra que aún bordea la parte más baja de este terreno. En el centro de este lago, se instaló, un monolito.
<i>Fade out</i> paisaje sonoro. <i>Fade in</i> música cuarteto de cuerdas.	
	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> Aquí, también había una glorieta de estilo griego, cubierta de plantas trepadoras, que sirvió de escenario a los músicos que llegaban transportados en góndolas.
	<b>LOCUTORA NARRADORA:</b> El político y escritor argentino, Domingo Faustino Sarmiento, describió y elogió al Paseo Sobremonte en su reconocida obra El Facundo.
	<b>PERSONIFICACIÓN SARMIENTO:</b> Cada costado es una cuadra de largo, encerrado bajo una reja de hierro de cuatro varas de alto, con enormes puertas a los cuatro costados, de manera que el paseo es una prisión encantada en que se da vuelta siempre en torno de un vistoso cenador de arquitectura griega, que está inmóvil en el centro del fingido lago.
<i>Fade out</i> cuarteto de cuerdas.	
	<b>LOCUTOR PRESENTADOR:</b> Hemos recorrido la prisión encantada, nuestra primera

	estación del audioguía.
<i>Fade in</i> Acclarate.	<b>LOCUTORA GUÍA:</b> Ahora sí, estamos listos para dirigirnos a la segunda parada, ubicada entre 27 de Abril y Cañada.

## CONSIDERACIONES FINALES

Las experiencias extensionistas que realizamos durante el cursado de la carrera fueron esenciales para el desarrollo de este trabajo final, porque nos acercaron a los museos universitarios, las leyendas y las audioguías.

Por un lado, la actividad extensionista del programa radial “Imagen Sonora Radioteatro” en Radio Revés FM 88.7, nos indujo a profundizar sobre la temática de las leyendas para generar un guión de radioteatro. Esta misma experiencia también nos acercó al Museo Histórico de la UNC en el marco del desarrollo de una intervención teatral sobre la Reforma Universitaria que fue representada en la finalización de un recorrido guiado en este museo. Por otro lado, la producción de la audioguía para el Parque Nacional Sierra de las Quijadas San Luis, actividad que realizamos como ayudantes de la Cátedra de Producción Radiofónica de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UNC), nos acercó al formato de la audioguía y a sus múltiples posibilidades de aplicación.

Nuestra motivación se basó, por un lado, en la intención de contribuir a la difusión y recuperación de la cultura e identidad de Córdoba, y por el otro, en el interés de explorar los recursos expresivos del lenguaje sonoro en un producto que evoque y transporte a sus oyentes a los relatos que tejen la historia de la ciudad.

Decidimos abordar la temática de las leyendas, porque buscábamos proponer una nueva perspectiva que escapara de esa mirada de una Córdoba “clerical” y “elitista”.

Estas leyendas nos permitieron retratar los conflictos y las luchas simbólicas que se desarrollaban entre los distintos grupos sociales de ese entonces, y nos sirvieron para indagar e incorporar las historias de los barrios marginales de la ciudad de fines de siglo XIX y principios del XX. Esto es así porque, desde la perspectiva de este trabajo, no es casual que estas leyendas

aparecieran en un espacio como la Cañada, que funcionaba como frontera simbólica entre la élite y los sectores populares.

La construcción de este circuito de audioguías significó un aporte a nuestra formación como comunicadoras, porque aprendimos a emprender un trabajo interdisciplinario y a nuclear la colaboración de investigadores, vecinos, cuentacuentos y escritores de la ciudad. Sin dudas, durante todo este proceso nos sentimos remitidas a la etimología de la comunicación como “común unión”, es decir, a esa comunicación que atraviesa a toda la sociedad, la interpela y genera nuevos espacios de diálogo transformador. Así mismo, fue un desafío para nosotras elaborar un producto de calidad que comprenda toda la información recabada en la etapa de investigación, y que a su vez, mantenga la calidad sonora y el atractivo en cada uno de los tracks.

En el futuro cercano, focalizaremos nuestro trabajo para promocionar y planificar intervenciones que exhiban esta audioguía en la Noche de los Museos. El objetivo será captar la atención de los visitantes y resaltar nuestra actividad en medio de la amplia oferta de eventos que caracteriza a esa noche. Para cumplir este propósito desarrollamos un bíptico<sup>27</sup> con la presentación de la audioguía, en el que se incluye un mapa con la ubicación en la que debe ser escuchado cada track y el código QR que direcciona al link de descarga, entre otra información. Además, estamos dialogando la posibilidad con Cia. Mil Lenguas<sup>28</sup> de realizar una intervención de danza teatro para que los fantasmas y personajes, encarnen el relato en cada uno de los espacios en los que deben ser escuchados los tracks. El objetivo de esta acción, es acompañar con una performance artística la existencia de esta audioguía.

---

<sup>27</sup> El díptico mencionado se encuentra adjunto en los anexos.

<sup>28</sup> La Cía Mil Leguas nació en el 2013. Es dirigida por Magdalena Arnao. Esta compañía tiene el objetivo de plantear la investigación del movimiento escénico en torno al lenguaje de la danza contemporánea. A su vez, dialoga con otras disciplinas para emprender “búsquedas conceptuales, estéticas, coreográficas y compositivas”. (Cía Mil Lenguas,2019) Entre algunas de sus obras premiadas encontramos: Muerte y Resurrección de una vida cotidiana” 2017; “Lo que ya no puede diluirse” 2017 ; “Pajaritos” 2017 ; “Villerx” 2018.

Para conocer la percepción de los eventuales usuarios del circuito de audioguías Córdoba Legendaria pensamos en un instrumento que nos permita obtener información sobre la satisfacción, la eficacia y las devoluciones que se produzcan a partir de la interpretación individual de cada usuario. En una primera instancia, realizaremos un muestreo no representativo con voluntarios dispuestos a ceder tiempo para una entrevista semi-estructurada que permita establecer un perfil del entrevistado, como nombre, edad, con o sin discapacidad, junto con datos técnicos, como lugar fecha y hora del encuentro; explicitar la construcción del sentido del/a usuario/a; comprobar el nivel de retención de datos para indagar sobre el uso de los recursos narrativos; conocer el modo en que imagina lo escuchado; revisar la eficacia del uso de múltiples voces en la audioguía; detectar lo más eficiente del producto para deducir lo que menos atención despertó; conocer el valor que se le otorga a los planos (relevancia del paisaje sonoro); conocer la predisposición al uso del recurso de la audioguía. En cada presentación se tomará contacto con usuario/as para concertar un tiempo y lugar determinado para realizar la entrevista.

La realización de este trabajo, nos animó a ampliar nuestras proyecciones profesionales, pensando en la posibilidad de seguir formándonos en la producción de este formato, en la difusión del patrimonio material e inmaterial y en el ámbito de la museología.

Acobijamos el deseo de ser comunicadoras especializadas en producción de audioguías y poder expandir nuestro labor a otro ámbitos de posible aplicación en la ciudad de Córdoba.

Valoramos esta instancia de formación como una posibilidad para integrar los conocimientos y experiencias que nos atravesaron durante el cursado de nuestra carrera y esperamos que este trabajo haya transmitido la pasión con la que despertamos nuestra creatividad y nuestros intentos por generar una contribución a la sociedad cordobesa y al espacio de formación en el que acunamos nuestros aprendizajes teóricos y prácticos.



# Bibliografía

**Alvarez, G. F.** (2011). *Los relatos de tradición oral y la problemática de su descontextualización y re-significación* (tesis de maestría, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación). Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.746/te.746.pdf>

**Barbero, J. M.** (1996). *Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105118998002.pdf>

**Barbero, M.** (S/f). “Patrimonio: el futuro que habita en la memoria”. Recuperado de <https://esjatologico.files.wordpress.com/2010/09/el-futuro-que-habita-la-memoria2.pdf>,

**Bellido, M. L., & Ruíz, D.** (2012). Museos de nueva generación: la pantalla como acceso. *Museos argentinos*. Recuperado de <https://www.ugr.es/~mbellido/PDF/012.pdf>

**Chagas, M.** (2008). Museos, educación y movimientos sociales: solo la antropofagia nos une. En Chagas, M, et all. (2008), museos, educación y juventud Memorias del V Encuentro Regional de América Latina y el Caribe sobre Educación y Acción Cultural en Museos CECA – ICOM (pp. 1-117). Bogotá, Colombia: s/d. Recuperado de <http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/memoriaeducacionjuventud.pdf>

**Colombres, A.** (1998). Oralidad y literatura oral. *Revista Oralidad*, 9, 15-21.  
Recuperado de  
[http://www.lacult.unesco.org/docc/oralidad\\_09\\_15-21-oralidad-y-literatura-oral.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/oralidad_09_15-21-oralidad-y-literatura-oral.pdf)

**Consejo Internacional de Museos [ICOM].** (S/d). Definición de museo.  
Recuperado de  
<https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>

**Consejo Internacional de Museos [ICOM].** (S/d). Patrimonio Cultural Inmaterial.  
Recuperado de  
<https://icom.museum/es/actividades/proteccion-del-patrimonio/patrimonio-cultural-inmaterial/>

**Cuche, D.** (1999). *La Noción de Cultura en las Ciencias Sociales*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión

***Declaración de México sobre las políticas culturales.*** (Julio, 1982- agosto, 1982). *Paper* presentado en la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. Recuperado de Conferencia mundial sobre las políticas culturales, México, D.F

**Desvallées, A. y Mairesse, F.** (2010). Conceptos claves de museología.  
Recuperado de  
[https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie\\_Espagnol\\_BD.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/Museologie_Espagnol_BD.pdf)

**Dómina, E.** (2003). *Historia mínima de Córdoba*. Córdoba, Argentina: Ediciones del Boulevard

**Dupuy, J.** (2007). La fractura digital hoy.. *Revista CTS* 3(9), pág. 115-133.  
Recuperado de  
<http://www.revistacts.net/files/Volumen%203%20-%20N%C3%BAmero%209/doss04.pdf?fbclid=IwAR1cfgGdkxKoriCP0RTh4yK9M0WeLYdA3Ssd-uZiv7hp-iWX6p1RnGQJdFQ>

**Ferrero, R. A.** (2013). *La mala vida en Córdoba*. Córdoba, Argentina: Alción Editora

**García Canclini, N.** (Diciembre de 2015). *Conferencia "El Museo como conversación"*. Paper presentado en el Encuentro de profesionales de museos de América. Universidad Autónoma Metropolitana de México, México DF.

**García Canclini, N.** (1990). *Culturas Híbridas. Estrategias para Entrar y Salir de la Modernidad*" México: Grijalbo

**García Canclini, N.** (1987). *Políticas culturales en América latina*. México: Grijalbo

**García Canclini, N.** (1981). *Cultura y Sociedad; una introducción* (No. 04; FOLLETO, 209). Disponible en <https://www.scribd.com/document/242754334/Garcia-Canclini-N-Cultura-y-Sociedad-pdf#download>

**García Canclini, N.** (S/d). *Los Usos Sociales del Patrimonio*. Recuperado de [https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion\\_migracion/Cuaderno/1233838647815\\_ph10.nestor\\_garcia\\_canclini.capii.pdf](https://www.iaph.es/export/sites/default/galerias/documentacion_migracion/Cuaderno/1233838647815_ph10.nestor_garcia_canclini.capii.pdf)

**García Cuetos, M. P** (2012). El patrimonio cultural. Conceptos básicos  
Recuperado de <https://cpalsocial.org/documentos/526.pdf>

**Geertz, C.** (1987). *La interpretación de las culturas*. Barcelona España:  
Editorial GEDISA. Recuperado de  
<https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/geertz-c-1973-la-interpretacion-de-las-culturas.pdf>

**Grimaut, A.** (2009). *Duendes en Córdoba*. Córdoba, Argentina: Ediciones del Boulevard

**Ibermuseos/Ibermuseos** (2007). Declaración de la Ciudad de Salvador, Bahía 2007. Primer Encuentro Iberoamericano de Museos. Recuperado de  
[http://www.oei.es/ibermuseos/declaracion\\_salvador.pdf](http://www.oei.es/ibermuseos/declaracion_salvador.pdf)

**Irschick, C. Morawicki, K y Huergo, J.** (Junio 2019). *La dimensión educativa de los espacios mediáticos*. [Blog]. Recuperado de  
<https://fordocsalud.blogspot.com/2009/06/la-dimension-educativa-de-los-espacios.html?fbclid=IwAR1-K2jL0FNh2x1o5sU0oyZaHpo5QISTjNdRoSEGXB6AH1iqqFo43Lq-Als>

**Kaplún, G.** (junio del 2002). *Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos*. Paper presentado en VI Congreso de ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. Recuperado de  
[https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/contenidos\\_itinerarios\\_y\\_juegos\\_-\\_kaplun\\_2.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/contenidos_itinerarios_y_juegos_-_kaplun_2.pdf)

**Kaplún, M.** (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Recuperado de <https://mail.google.com/mail/u/0/#search/biblio/FMfcgxwBWKTQbjQcJrkFZhMHNWZNWbCN>

**Lacarrieu, M.** (2007). La insoportable levedad de lo urbano. *Revista eure* (Vol. XXXIII, No 99), pp. 47-64. Recuperado de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612007000200005](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612007000200005)

**López Molina, A.** (2015). *Cómo escribir audioguías*. Asturias: Ediciones Trea.

**López Vigil, J. I.** (2015). *Pasión por la Radio Capacitación de capacitadorxs*. Recuperado de [https://radialistas.net/wp-content/uploads/media/uploads/descargas/libro-pasion-por-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil.pdf?fbclid=IwAR1PGHjBbdn CpX1TbP8yd9J\\_OtlXjlAoaJBHbDJRN9FbivyTwjEQPfDwFfQ](https://radialistas.net/wp-content/uploads/media/uploads/descargas/libro-pasion-por-la-radio-jose-ignacio-lopez-vigil.pdf?fbclid=IwAR1PGHjBbdn CpX1TbP8yd9J_OtlXjlAoaJBHbDJRN9FbivyTwjEQPfDwFfQ)

**Marchezi, F.** (2012). *Acessibilidade em museus de arte: questões para a elaboração de audioguias*. (Tesis de Maestría). Recuperado de [http://www.lareferencia.info/vufind/Record/BR\\_55edbe03acf92df7a6b69ed779796b69](http://www.lareferencia.info/vufind/Record/BR_55edbe03acf92df7a6b69ed779796b69)

**Municipalidad de Córdoba** (s/f). Centro Cultural Casa de Pepino. Córdoba: Agenda Cultural. Recuperado de <https://cultura.cordoba.gob.ar/espacio/54/centro-cultural-casa-de-pepino/>

**Oliva Abarca, J. E.** (2018). El concepto de capital cultural como categoría de análisis de la producción cultural. Recuperado de <https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/analisis/article/view/3735/html>

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO].** (2007). Líneas Generales. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura** (1989). *Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular.* Recuperado en [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13141&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13141&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO].** (S/f). Patrimonio Mundial. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/patrimonio-mundial>

**PortalGC UB.** (Dec 6, 2008). *Patrimonio Mundial por Jesús Martin Barbero* [Video de YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=iOiu448OlfM>

**Posse, E.** (1993). *Mitos y leyendas de Colombia.* Nariño, Colombia: Ediciones IADAP. Recuperado de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=44617>

**Rodríguez, M. J. G.** (2013) Audioguías para ‘los sentidos’: un turismo de todos y para todos. Diario inTRAlínea [versión digital]. Recuperado de [http://www.intralinea.org/specials/article/audioguias\\_para\\_los\\_sentidos\\_un\\_turismo\\_de\\_todos\\_y\\_para\\_todos#top](http://www.intralinea.org/specials/article/audioguias_para_los_sentidos_un_turismo_de_todos_y_para_todos#top)

**Sanguinetti, S.** (2010). Capítulo VII: investigación para la producción. En Autor/ Cohen, D. & Pereyra, M. (Comp.) *Lenguajes de la radio*. Córdoba, Argentina: Brujas

**Unesco** (S/F). Texto de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. *Patrimonio Cultural Inmaterial*. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/convención>

**Universidad Nacional de Córdoba.** (2019). Se acerca una nueva edición de “La Noche de los Museos”. Córdoba: *Campus Virtual*. Recuperado de <https://www.unc.edu.ar/comunicaci%C3%B3n/se-acerca-una-nueva-edici%C3%B3n-de-%E2%80%99Cla-noche-de-los-museos%E2%80%9D?fbclid=IwAR2UR4JVuWGjBcjStwl5NqO2iCk7dp2UHvFK9PZ2qBV4n-jPc9y3hNaeK-A>

**Zabala, Martini y García Conde.** (2010). Patrimonio integral en tensión: comunidad local - comunidad académica. *E+E: Estudios de Extensión en Humanidades* 2(2), 113- 122 Recuperado de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/EEH/article/view/7894>