

RESUMEN

En el ámbito de las producciones artísticas y culturales, la ciudad no solo se presenta como un espacio social, sino también como un símbolo que transmite ideas. En el proceso de configuración de la urbe, junto a la ciudad física, encontramos otra forma, que deriva de la idea que los ciudadanos se construyen del mundo, una ciudad imaginada que corresponde al universo de las representaciones. Estas formas imaginadas, permiten crear signos que la distinguen de otras ciudades, identificables materialmente como sus edificios, sus calles o espacios públicos, como así también los acontecimientos, las representaciones artísticas y literarias. El dispositivo publicitario, que ha infiltrado el espacio público y la vida de los ciudadanos, ha marcado el espacio con símbolos urbanos que remiten a lugares atractivos, accesibles a todos, referentes de todos y ha tratado la imagen urbana, las más significativas, como figuras identificadoras de los productos locales. Se trata claramente, de una operación de reciclaje de los símbolos tradicionales de la ciudad de Santa Fe con fines promocionales, como parte de un proceso de rehabilitación de la imagen urbana.

PALABRAS CLAVE

- > cultura urbana
- > escenarios urbanos
- > representaciones
- > imaginarios
- > espacio público
- > Arte y Diseño Gráfico

ABSTRACT

In the area of the artistic and cultural productions, the city not only appears as a social space, but also as a symbol that transmits ideas. In the process of configuration of the city, close to the physical city, we find another form, which derives from the idea that the citizens construct themselves of the world, an imagined city that corresponds to the universe of the representations.

These imagined forms, they allow to create signs that distinguish it from other cities, identifiable materially as his buildings, his streets or public spaces, since like that also the events, the artistic and literary representations.

The advertising device, which has infiltrated the public space and the life of the citizens, has marked the space with urban symbols that they send to attractive, accessible places to all, modals of all and has treated the urban image, the most significant, as identifying figures of the local products. It is a question clearly, of an operation of recycling of the traditional symbols of the city of Santa Fe with promotional ends, as part of a process of rehabilitation of the urban image.

KEY WORDS

- > urban culture
- > urban settings
- > representations
- > imaginaries
- > public space
- > Art and Graphic Design