

## PLANIFICACIÓN, PRODUCCIÓN E IMPACTO DE NUEVAS ESTRUCTURAS DEPORTIVAS. EL CASO DE LOS JUEGOS OLÍMPICOS DE LA JUVENTUD EN BUENOS AIRES 2018

*Nemesia Hijós*

Magister en Antropología Social  
IIGG-UBA/CONICET  
nemesiahijos@gmail.com

*Diego Roldán*

Doctor en Humanidades y Artes  
UNR-CECUR/CONICET  
diegrol@hotmail.com

**Cita:** Hijós, María Nemesia y Diego Rodán. **Planificación, Producción E Impacto De Nuevas Estructuras Deportivas. El Caso De Los Juegos Olímpicos De La Juventud En Buenos Aires 2018.** en Revista *Lúdicamente*, Vol. 8, N°16, Año 2019. Mayo- Octubre 2019, Buenos Aires (ISSN 2250-723x).

Este texto fue recibido 01 de Mayo de 2019 y aceptado para su publicación el 01 de Junio de 2019.

**RESUMEN:** La organización de los Juegos Olímpicos de la Juventud (JOJ) de octubre de 2018 habilitó una serie de intervenciones del espacio urbano y social. Estas operaciones buscaron consolidar y posicionar a Buenos Aires como una megápolis y ciudad abierta/global en el plano internacional. Las políticas públicas impulsadas por el Gobierno de la Ciudad muestran, por un lado, el crecimiento de las lógicas del emprendedurismo para generar una identificación comunitaria en la sociedad, apelando al espíritu olímpico, la unión y la cooperación; y, por otro, el negocio inmobiliario propio de estos grandes eventos: el desarrollo de parques, el embellecimiento de nuevas zonas, la gentrificación y la segregación. Este artículo busca colocar entre paréntesis e interrogar críticamente la consigna estratégico-publicitaria que enumera los beneficios materiales y simbólicos que los JOJ dejan a la ciudad de Buenos Aires.

**Palabras clave:** Juegos Olímpicos de la Juventud; políticas públicas deportivas; ciudad; planificación.

**ABSTRACT:** The organization of the Youth Olympic Games (YOG) in October 2018 promoted a series of interventions in the urban and social space. These operations tried to position and consolidate Buenos Aires as a megalopolis and an open/global city on an international level. The public policies directed by the City Government show, on the one hand, the growth of entrepreneurship logics to generate communitarian identification in society, appealing to the Olympic spirit, unity and cooperation; and, on the other, the great business of these sports events: the park development, the creation of new and beauty areas, the gentrification and the spatial segregation. This article seeks to problematize critically the strategic-advertising slogan that lists the material and symbolic benefits that the YOG legacy in Buenos Aires.

**Key words:** Youth Olympic Games; public sports policies; city; planification.

## INTRODUCCIÓN

En la mayor parte de los procesos de candidatura y selección de una ciudad para albergar un megaevento se generan expectativas acerca de su visibilidad global como plaza de inversiones y destino turístico. Estas presunciones encienden la maquinaria del marketing urbano y las ciudades intentan canalizar la atención y ganar relevancia. Con el ascenso de los gobiernos locales, los valores del emprendedurismo y la competencia interurbana alcanzan niveles altos. Las ciudades se disputan la organización de megaeventos, plataformas excepcionales de promoción, capaces de recualificar infraestructuras y reconfigurar la economía urbana en el capitalismo de servicios.

Durante 2018, la ciudad de Buenos Aires ha sido el epicentro de los Juegos Olímpicos de la Juventud (en adelante, JOJ). Para ambientar este espectáculo fue necesaria la construcción de una infraestructura específica, tanto para albergar los equipos, desarrollar las competencias y establecer una red de comunicaciones eficaz. Con una inversión de 350 millones dólares, se construyó un Parque Olímpico con seis grandes pabellones y una Villa Olímpica de la Juventud (en adelante, VOJ). Para localizar los JOJ, el Gobierno de la Ciudad eligió el sur, Villa Soldati. La flamante VOJ está emplazada a muy corta distancia de otra Villa. La Villa 20 es un espacio con déficits infraestructurales y habitacionales severos. Los funcionarios afirman que el objetivo es “rehabilitar” e “integrar” el sur de la ciudad y “compensar” el eje histórico del proceso de relegación urbana. Después de los JOJ, los departamentos se transformarán en un barrio formado por 31 edificios de seis o siete pisos con 1.050 unidades. Las viviendas serán adjudicadas a partir de criterios residenciales y ocupacionales, con un sistema de créditos para clases medias. Las instalaciones deportivas alojarán al Centro de Alto Rendimiento Deportivo (en adelante, CENARD).

El presente artículo se propone analizar el proceso de construcción de la candidatura de Buenos Aires a los JOJ 2018, haciendo hincapié en los aspectos del marketing urbano, la construcción de una imagen y el establecimiento de una sinergia entre cultura y deporte. Posteriormente, se ocupa de la planificación de las infraestructuras para el desarrollo de los JOJ y las previsiones sobre el impacto en el entorno urbano. El estudio ensaya colocar entre paréntesis e interrogar críticamente la consigna estratégico-publicitaria que enumera los beneficios simbólicos y materiales que los organizadores de los JOJ pretenden ofrecer como legado urbano y deportivo del megaevento.

## EL CAMINO HACIA LOS JOJ: LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IMAGEN

Los Juegos Olímpicos de la Juventud surgen como un proyecto del ex presidente del Comité Olímpico Internacional (COI), Jacques Rogge, aprobado el 5 de julio de 2007, durante la 119ª sesión del COI celebrada en Guatemala (COI 2007; Judge, Petersen y Lydum 2009). Los objetivos principales de este nuevo evento son “...motivar a los jóvenes en la práctica del deporte, promover los valores olímpicos y difundir el mensaje del Movimiento Olímpico entre los jóvenes de todo el mundo” (COI 2014; Wong 2011, citado en Pardo Gila y Calle Molina 2016:18). Se pretende que la educación y la cultura sean componentes clave en el desarrollo de los JOJ, asegurando que los deportistas participen en actividades que promuevan valores olímpicos, como la excelencia, la amistad y el respeto, y aprendan sobre los beneficios del deporte, el estilo de vida saludable, la responsabilidad social y las nuevas formas de comunicación (COI 2010). Siguiendo la idea pedagógica del olimpismo de Coubertin, una de las diferencias importantes con los Juegos de adultos es la integración de la educación y la cultura como componentes fundamentales. Estos Juegos resultan, así, un

evento multideportivo de alto nivel a escala mundial, dirigidos a atletas de entre 15 y 18 años; cuentan con una edición de verano y otra de invierno, y se disputan, alternadamente, cada dos y cuatro años. El evento tiene una trayectoria todavía incipiente y hasta el momento sólo se han organizado los JOJ en Singapur (2010), Nanjing (2014) y Buenos Aires (2018).

En 2011, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires anunció su voluntad de albergar los JOJ. Para marzo de 2012 confirmó su candidatura, habiendo cumplido con todos los requisitos exigidos por el COI y firmó el pacto correspondiente, recibiendo el apoyo del gobierno nacional. En febrero de 2013, el COI había elegido a las tres ciudades finalistas: Buenos Aires, Medellín y Glasgow, quedando eliminadas Guadalajara y Rotterdam. Las ciudades que se disputaban la sede argumentaron contra la candidatura de Buenos Aires que Argentina no era un país confiable, ya que había desistido de organizar los Juegos Sudamericanos ODESUR a fines de los años noventa. Esa renuncia estuvo determinada por la crisis de 2001 que fue incubada a lo largo de diez años de aplicación de políticas neoliberales (*Página 12*, 29 de septiembre de 2018). En julio de 2013, las tres ciudades finalistas hicieron su presentación ante el COI en Lausana (Suiza) y, luego de la segunda ronda de votaciones, el comité apoyó de manera unánime a Buenos Aires. La decisión se basó en la evaluación de los Juegos ODESUR de 2006, los Panamericanos Juveniles de 2013, y el mérito de haber planificado los Primeros Juegos Panamericanos en 1951. Asimismo, fue gravitante el compromiso con el deporte del gobierno nacional de Cristina Fernández de Kirchner que promulgó diferentes leyes para su promoción (Levoratti 2017) y construyó infraestructuras deportivas, la situación económica favorable del país y el crecimiento de la tabla de medallas en los últimos Juegos Olímpicos.<sup>1</sup> Con esta decisión, el COI puso a los JOJ fuera del continente asiático por primera vez y la ciudad de Buenos Aires sumó la organización de un megaevento multideportivo y juvenil.

¿Qué ocurre cuando una ciudad es elegida como sede para un megaevento como los JOJ? Partiendo de diferentes experiencias históricas, podemos asegurar que, desde al menos la segunda mitad del siglo XX, la organización de los Juegos Olímpicos funcionan en la ciudad huésped como un potente catalizador de procesos urbanos diversos. Estos eventos necesitan de grandes superficies, por lo tanto suelen apuntar a la puesta en valor de zonas marginales o a la remodelación de infraestructuras obsoletas. La intención de hacer más competitiva-atractiva una parte de la ciudad procura imponer un efecto de contagio al entorno. Oriol Bohigas (1986), el diseñador de la Barcelona Olímpica, planteaba que la intervención sustentada en espacios públicos generaría procesos de contagio arquitectónico o lo que él denominaba algo paradójicamente “metástasis benigna”. Se trata de una implantación y propagación de equipamientos en un “territorio extraño”. Con frecuencia, estas intervenciones ocasionan fracturas urbanas temporales o permanentes

---

<sup>1</sup> A diferencia de cuando se obtuvo la sede en 2013, hoy la base de la pirámide de cualquier disciplina deportiva se encuentra sin ningún apoyo del Estado: la Ley 27.098 de los Clubes de Barrio y de Pueblo (sancionada en diciembre de 2014 y promulgada en enero de 2015) no ha sido reglamentada; se le ha quitado autonomía al Ente Deportivo de Alto Rendimiento (ENARD) modificando su fuente de financiamiento; la Ley del Deporte continúa siendo ignorada en todos sus aspectos; así como se estableció en el presupuesto 2019 la derogación de la Ley 27.201 del Ente Nacional de Desarrollo Deportivo (ENADED) que dispone la Asignación Universal por Hijo en el Deporte y el apoyo a la infraestructura deportiva de base.

dependiendo de las condiciones contextuales que exceden a la voluntad proyectual (Delgado 2007).

Los megaeventos producen una reconfiguración del territorio en atención a la demanda de los circuitos del capital y a la creciente empresarialización de los gobiernos locales. Conseguir ser sede recurrente de eventos es una forma territorializar el capital a través de la renovación urbana (Harvey 2001). La ciudad pasa de ser productora de bienes y servicios, a transformarse ella misma en una mercancía y un escaparate que adquiere valor y, al mismo tiempo, valoriza prácticas. Los Juegos Olímpicos tienden a funcionar hacia adentro como una oportunidad para la modernización urbana y la reactivación económica, y hacia afuera como una plataforma para el lanzamiento de la imagen de la ciudad (Romeo Renau 2010).

Estos grandes eventos se convierten en una oportunidad desplegada en el tiempo y en el espacio. Para que la ciudad pueda aprovechar esa brecha temporal “exitosamente” debe producirse un vacío urbano. Ese vacío urbano es el complemento espacial del acontecimiento, el ambiente ideal para el megaevento. La legitimidad de estas operaciones se funda en la eficaz construcción simbólica de ese vacío y en el nuevo contenido que lo completa. Si el evento se plantea como un momento extraordinario para la ciudad y una experiencia única para los competidores, el paisaje en el que se lleva a cabo (*eventscape*) debe ser capaz de deslumbrar a los espectadores (Hou 2010; Clerval y Fleury 2015). Las formas espectaculares de la cultura (congresos, convenciones, concursos, ferias) y de los deportes (competencias internacionales) funcionan como potentes inhibidores del disenso social para la producción de reconfiguraciones urbanas. La ciudad del nuevo urbanismo queda sometida a la gramática de los imperativos empresariales y del mercado. Bajo esas reglas, *hacer ciudad* se ha convertido en construir envoltorios transitorios para eventos de consumo masivo. En el marco de gestiones emparentadas con el neoliberalismo, el Estado ha sido relevado por los privados como principal inductor del desarrollo urbano (Boltanski y Chiapello 2002).

En este sentido, Buenos Aires no ha sido una excepción. Para la ciudad, la organización de un evento de esta magnitud implica inversiones en infraestructura, seguridad y otras áreas especializadas. Además, el gobierno local consideró necesaria la creación de una Unidad de Proyectos Especiales (UPE) para coordinar la organización de los Juegos, según decreto de febrero de 2014.<sup>2</sup> Cuando Buenos Aires presentó al COI su carta de intención (2012) para organizar los JOJ, tuvo que firmar un contrato con el gobierno nacional y el Comité Olímpico Argentino (COA). Respecto al financiamiento del megaevento, Santiago Mancini –titular de la UPE desde diciembre de 2015– indicó que aunque no hubiera un presupuesto plurianual aprobado que comprendiera la totalidad del proyecto, la ciudad de Buenos Aires cubriría los costos de las obras de infraestructura necesarias para adecuar las instalaciones deportivas donde se realizarían las competencias y de la construcción de la VOJ en Villa Soldati. La inversión buscaba contribuir al desarrollo urbano y social de la ciudad, y la promoción de actividades culturales y educativas (Stewart Usher 2016). Los testimonios de los funcionarios a cargo de la UPE dan cuenta de la historia de las postulaciones de la ciudad como candidata para los Juegos Olímpicos, y del último proceso de selección, que la llevó a convertirse en una sede olímpica por primera vez en la historia. Pero en las

---

<sup>2</sup> Consultar el decreto N° 66/14 publicado en el Boletín Oficial N° 4341 del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: <https://documentosboletinoficial.buenosaires.gob.ar/publico/20140217.pdf>

declaraciones públicas de los principales responsables del poder ejecutivo –especialmente del ex Jefe de Gobierno porteño y actual Presidente de la Nación, Mauricio Macri– se percibe la intención de utilizar esta oportunidad para exhibir en el plano internacional la imagen de la ciudad, planteando el vínculo entre este megaevento y Buenos Aires como una relación recíproca de beneficios, que incluye el prestigio nacional y la proyección mundial en contrapartida al fortalecimiento de la marca del evento, a través de una correcta y bien estructurada organización (Cortes de Lira 2012).

Hace varios años que la gestión del Gobierno de la Ciudad trabaja para presentar a Buenos Aires como una ciudad atractiva,<sup>3</sup> un lugar que vale la pena visitar, con *muchísimas actividades culturales y recreativas durante todo el año. Desde barrios emblemáticos como San Telmo y La Boca hasta atracciones de todo tipo, como sus ferias de antigüedades y mercados, es una ciudad imperdible por donde se la mire*. Expresiones artísticas como el arte callejero, presentes en circuitos y acompañados por biciesendas, lugares para patinar en *rollers*, junto con pistas de *skateboarding* o plazas cada vez más intervenidas con rejas y equipamientos, pero donde aún pueden improvisarse partidos de fútbol, hacen de la ciudad un escenario cosmopolita, que respeta la naturaleza y promueve un estilo de vida deportivo, al aire libre (Hijós 2018). Las políticas durante los gobiernos del PRO, han contemplado este modelo de ciudad, impulsando ciertas intervenciones que apelan a la diversidad de usos del espacio y la creatividad. Esta interpelación a lo creativo tiene implicancia en las políticas públicas y la gestión cultural, particularmente en las intervenciones realizadas en la ciudad de Buenos Aires. Se propone a la creatividad como una actividad (rentable), evocando a la cultura, atribuyéndole un papel fundamental para resolver problemas sociales, económicos y políticos (Bayardo 2015).

El programa “Ciudad Verde”,<sup>4</sup> por ejemplo, proyecta *generar conciencia y educación, con el compromiso de toda la sociedad, en la separación de residuos, el uso de la bicicleta y el cuidado del medio ambiente*, en consonancia con el discurso gubernamental y la planificación urbana. Buenos Aires aparece como una ciudad saludable, con espacios verdes, parques y plazas, donde los vecinos practican deportes, separan los residuos y reciclan, en pos de una vida sana y activa. Así se muestra como un lugar atractivo, una ciudad deportiva, con un compromiso con lo ecológico y la vida saludable. Esta presentación contribuye al desarrollo de una *marca ciudad* o una *marca país*, que elabora su iconografía y desarrolla su marketing como artefacto cultural (que se puede fabricar), ofreciéndose como experiencia para ser consumida. Además de su función tradicional de concentrar servicios, la ciudad *debe* contar con centros, bares, hoteles, aeropuertos y una agenda nutrida. Necesita capacidad de atracción, *calidad de vida* (donde se vive bien), otorgando sentido a la visita, a través de la oferta de entretenimientos y *amenities*. En una economía de la atención, lo principal es captar el interés del mundo y magnetizar sus flujos (turistas, empresas, inversiones, capitales). Lo difícil es conseguir, producir y mantener ese interés en un contexto marcado por una oferta sobreabundante e instantánea. ¿Cómo es posible dirigir la atención a un punto específico en un tiempo tan acotado; cómo se atrae el interés? A partir de las representaciones que otros crean sobre nosotros, de las visiones generadas desde afuera y lo que se promete-espera encontrar, mediante los signos de reconocimiento global: el tango, el fútbol, el asado, el folklore, los parques, los museos, los teatros, además de actividades vinculadas al arte y la cultura, a los deportes y el aire libre,

<sup>3</sup> Ver más en: <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es>

<sup>4</sup> Ver más en: <http://www.buenosaires.gob.ar/ciudadverde>

la gastronomía y la noche porteña. En esos signos culturales y económicos, lo global y lo local se entrelazan en un equilibrio delicado que requiere de la aparición de lo específico y lo desconocido, pero siempre mediado por un entorno reconocible que le permita al extranjero-turista apreciarlo, eludiendo las dificultades del desasosiego y la complejidad. El valor de lo exótico y lo particular es el de una especificidad globalmente decodificable (Urry y Lash 2011).

Lo nuevo en la economía simbólica es la simbiosis entre imagen y producto, el alcance y la escala de las imágenes de venta en el ámbito nacional e incluso global, hablando por o representando a la ciudad. “Todo esfuerzo por remodelar el espacio en la ciudad es también un intento de representación visual. Aumentar el valor de la propiedad, el objetivo de la mayor parte de agentes urbanos, requiere imponer un nuevo punto de vista” (Zukin 1995:23-24). En definitiva, en las políticas públicas urbanas hay mucho más que marketing, hay una estrategia discursiva que se expande y alcanza distintos actores: ciudadanos, medios de comunicación, agentes económicos, académicos. El objetivo de estos intentos es reposicionar a Buenos Aires como un espacio hospitalario, armonioso y equilibrado. Al mismo tiempo, se ensaya atenuar ciertos rasgos “incómodos” de la ciudad. La planificación urbana, enlazada con la idea de futuro promisorio, procura aplanar la multiplicidad del fenómeno urbano, ocultar sus desigualdades, negar sus desequilibrios y, en definitiva, encapsular sus problemáticas en una imagen homogénea o de una diversidad controlada. La ciudad resultante de ese proceso de reconstrucción simbólica es convertida en un paisaje urbano de rostro amable para disfrutar, que ofrece oportunidades y es consciente de un necesario cambio de estilo de vida. La estética y la moralidad también juegan un papel notable en la reconfiguración de las ciudades, donde pesa un tipo de aceptación peculiar. Hay lugares que se espectacularizan, patrimonializan y embellecen, incluso sin que haya un correlato de demandas ciudadanas al respecto. El mundo de la cultura y el giro cultural en la producción de ciudades son proveedores de símbolos, contenidos y signos, que no necesariamente están provistos de una densidad narrativa histórica y que se hallan apenas contextualizados (Lash y Urry 1998). Como complemento, se solicita al ciudadano que despliegue modos amables para con los turistas. La producción de espacios pensados para visitantes plantea una compresión espacio-temporal (Harvey 1990) y la aparición de espacios de flujos (Castells 2000). Se trata de espacios que establecen una discontinuidad en el tejido urbano, implantaciones mejor relacionadas con otros predios destinados a usos globales similares, ubicados quizá a miles de kilómetros de distancia y con un pasado por completo diferente que su entorno espacial e históricamente inmediato. La proliferación de festivales, exposiciones de arte, encuentros culturales y megaeventos deportivos supone una oportunidad para eslabonar lo global con lo local a través de la construcción de un ambiente para el espectáculo y una reconstrucción patrimonial fetichista del pasado histórico y material de la ciudad.

La organización de los JOJ Buenos Aires 2018 permitiría una inserción en las redes globales, transformándose en una “confiable ciudad-negocio” (Fiori Arantes 2000:16). De esta forma, la ciudad se transmuta, al mismo tiempo, en vendedora y objeto vendido, es decir, en empresa y mercancía. Con estas decisiones y transformaciones políticas, algunos gestores impulsan los proyectos de animación cultural y ponen a la vista el propio emblema de la credibilidad a través de servicios de alta visibilidad. El nuevo ciclo de gestión de ciudades, que bien puede haber comenzado en Barcelona (Balibrea 2011) para devenir un paradigma de regeneración urbana dentro de lo que se convino en llamar “urbanística de tercera generación” (Fiori Arantes 2000:18), también se cristaliza en Buenos Aires con proyectos de

ciudad definidos por un plan estratégico en torno a los objetivos del *city marketing*. El propósito de estas gestiones, en definitiva, es desarrollar una imagen fuerte y positiva de las ciudades, incorporando estrategias de *image-making* y la consecuente reconversión empresarial de las mismas. En esta fabricación cultural y de territorios deliberada, hay un trabajo sobre lo simbólico, las imágenes y lo comunicacional, una espectacularización y una patrimonialización a través del desarrollo de eventos y acontecimientos para el disfrute de los ciudadanos y turistas. Es así que la planificación local de las nuevas estrategias urbanas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires promueve una agenda nutrida, que refuerza la imagen de vitalidad cultural. Por un lado, exhibirse como cosmopolita y parte del universo global da señales de estar en el mundo, de ser parte del movimiento (empresa-mercancía), mientras que reforzar lo local enseña la identidad, la particularidad y la idiosincrasia porteña (patria) (Vainer 2002). Esta exposición puede potenciarse más al ser sede de un campeonato deportivo de alcance mundial para los próximos años (Cortes de Lira 2012). Actualmente y desde hace un tiempo, las competencias deportivas internacionales más populares toman la forma de megaeventos que involucran delegaciones de casi todas las partes del mundo. Los Juegos Olímpicos –y el deporte en general– proveen a los Estados la posibilidad de desarrollar el orgullo nacional (si sus representantes muestran una buena performance), el patriotismo, e incluso algunas veces contribuir a fortalecer la legitimidad de sus gobiernos –no olvidemos que en 1978, la organización del Mundial jugó un papel fundamental en la construcción de una “imagen argentina frente al mundo”, “unida, progresista y normal”, y colaboró en reforzar la legitimidad de la última dictadura argentina, al mismo tiempo que representaba un intento de silenciar las denuncias sobre las violaciones de los derechos humanos, y encubrir secuestros, torturas y asesinatos llevados a cabo por el régimen militar. Además, por su carácter de juegos de suma cero, las contiendas deportivas son una manera útil y pacífica de proyectar una imagen de poder.

La modernización de las ciudades en particular y el territorio en general puede estar vinculada al deporte de tres modos. El primero: la FIFA argumenta, desde la segunda mitad del siglo XX, que el desarrollo de la infraestructura de un país para albergar un megaevento deportivo generaría beneficios en el desarrollo de las telecomunicaciones, las redes de transporte y el turismo. El segundo razonamiento sostiene que los mismos eventos producen una visibilidad sobre la ciudad o el país anfitrión que fomentan la inversión extranjera directa, contribuyendo al desarrollo económico posterior de las sedes. Finalmente, este tipo de inversiones incrementa los negocios potenciales y la responsabilidad empresarial. En el marco de la globalización, los megaeventos contribuirían a configurar a las ciudades como vitrinas capaces de canalizar los flujos del capital a través de la construcción de nuevas redes y alianzas estratégicas. Este argumento estuvo en consonancia con el lanzamiento de la “experiencia exitosa” del llamado “modelo Barcelona”. Si bien el proceso de “transformación de Barcelona” estaba en marcha desde 1979, con la reconstrucción democrática del post-franquismo, la escala de las intervenciones urbanas y la capacidad de vincularlas con redes de infraestructuras más densas y amplias no fueron posibles sino hasta 1986; ese año España se integró a la Comunidad Económica Europea y Barcelona fue designada sede de los Juegos Olímpicos de 1992 (Blanco 2009). Los Juegos Olímpicos dieron una enorme visibilidad a la ciudad mediterránea y Barcelona se convirtió –a partir de la reutilización de la infraestructura industrial, la construcción de las villas olímpicas y la recuperación del frente marítimo– en el modelo de ciudad post-industrial europea (Marshall 2004). A pesar de lo mucho que se ha hablado y escrito acerca del “modelo Barcelona”, sería incurrir en una simplificación

pensarlo como una totalidad homogénea sin reconocer sus heterogeneidades, ritmos, periodizaciones internas, coyunturas económicas variables y multiplicidad de escalas.

Sennet (2018) plantea que las ciudades deberían generar oportunidades, conectar a sus habitantes con los recién llegados, liberarnos de los estrechos confines de la tradición; es decir, la ciudad debería ayudar a profundizar la experiencia. En cambio, las ciudades modernas parecen hacer todo lo contrario: la inequidad urbana restringe las oportunidades; la segregación espacial aísla a las personas en grupos homogéneos de clase y etnias; y fomenta a que los espacios públicos ya no sean lugares de innovación política.

### **LOS EMPLAZAMIENTOS: EL PARQUE Y LA VILLA OLÍMPICA DE LA JUVENTUD**

Cosacov, Perelman, Ramos y Rodríguez (2012) refieren que durante la última dictadura cívico-militar hubo un proyecto de “ciudad blanca” que tenía correlación con la relocalización de las poblaciones populares (villas de emergencia) en el conurbano y la reestructuración de Buenos Aires como una ciudad de servicios y post-industrial (Oszlak 1991). Sin embargo, hubo un proyecto paralelo de construcción de una ciudad verde asentado en las consignas internacionales del ambientalismo. Su estructura contemplaba la construcción del cinturón verde y la formación del Coordinación Ecológica Área Metropolitana Sociedad del Estado (CEAMSE) para erradicar la quema como fórmula para “la disposición final” de residuos en Capital Federal y trasladarlos como rellenos sanitarios a la provincia de Buenos Aires. Este procedimiento implicó la construcción de numerosas plazas, parques y la eliminación de “la Quema” de Villa Soldati. El vaciadero había sido instalado en 1936. El intendente de facto, Osvaldo Cacciatore, procuró ordenar (disciplinar) la ciudad y mejorar (segregar) la calidad de vida de sus habitantes. Este procedimiento se asentó en una idea ampliamente analizada por Oszlak (1991): una suerte de meritocracia habitacional porteña.

Durante la dictadura se enfatizó el déficit comparativo de espacios verdes. En Villa Soldati, luego de la erradicación de “la Quema”, se construyeron tres espacios verdes: el Parque Indoamericano (1978), el Parque de la Ciudad (1982) y el polideportivo Parque Roca (1979). El Parque de la Ciudad fue concesionado a la Sociedad Interama y sus irregularidades constituyeron uno de los escándalos económicos de la dictadura. Inspirado en Disney World, el parque se inauguró en 1982 (Tavella 2018). Su duración no fue prologada y su impacto, poco relevante. La participación de sociedades privadas en la construcción de espacios verdes recreativos muestra la difícil articulación de un naciente neoliberalismo y un más antiguo desarrollismo (Canelo 2008). El Parque Julio A. Roca, homenaje al artífice de la por entonces centenaria “Campaña del Desierto”, buscaba compensar los nuevos equipamientos deportivos ganados por el norte de la ciudad durante el Mundial 78. El plano estuvo a cargo del estudio arquitectónico de Estanislao Kocourek, quien reunía condiciones atípicas: las de un deportista olímpico en Helsinki 1952 con calificaciones en diseño arquitectónico. Como la mayor parte de las obras de la dictadura, el parque fue desarrollado por contratación directa que incluía la fase proyectual y de ejecución (Menazzi 2003 y 2018). Instalado sobre el basural clausurado a inicios de 1979, el Parque Roca fue parcialmente inaugurado a fines de ese año. El plan preveía la producción de infraestructura para las prácticas recreativas y deportivas: múltiples canchas de vóley, fútbol, tenis, básquet, piletas de natación y hasta la edificación de un hotel internacional. Ese espacio recibió algunas intervenciones posteriores, la más destacada fue la

construcción del estadio Mary Terán de Weiss para la 95ª Copa Davis de febrero de 2006. Ese estadio, sofisticado por la colocación de un techo corredizo, fue el escenario de la ceremonia de cierre de los JOJ de 2018.

Para la prensa, los JOJ tienen un interés menor que la obra pública que se despliega a su alrededor. Esta manera de comunicar el proyecto presenta una sinergia con lo que sus artífices proponen: una monumentalización simbólica de la avanzada modernizadora sobre el sur de Buenos Aires. Cravino y Palombi (2015) señalaron que las políticas desplegadas por el macrismo en el sur de Buenos Aires, luego de la toma de tierras del Parque Indoamericano, suponen una mixtura entre neoliberalismo y formas de intervención del espacio público de otro tipo. A su criterio, hay obras de maquillaje que van de una menor a mayor calidad en villas y espacios fragmentados, aunque también se desarrollan políticas de embellecimiento en áreas reservadas para recualificaciones. El complejo VOJ en Soldati es una de ellas.

El proyecto supuso la construcción de 1.050 departamentos para alojar a los atletas juveniles. Una vez finalizados los Juegos, las unidades fueron reacondicionadas con equipamientos domésticos para ser adjudicadas. La selección de los propietarios está regulada por una serie de criterios: la mitad de las unidades (625) se reservan para los habitantes de la Comuna 8 (Villa Soldati, Lugano, Riachuelo); un 10% (105) estará destinado a policías de la ciudad y otro 10% (105) para docentes. Sólo 215 unidades serán distribuidas fuera de estos parámetros, no quedando del todo claras las ponderaciones a realizar sobre estas candidaturas. El día del lanzamiento de la inscripción online, la página web colapsó debido a que más de 30 mil personas intentaron anotarse en muy poco tiempo. Sólo un tercio de ellas consiguieron su propósito y solo un 10% accederá a las viviendas. Los costos de las propiedades oscilan entre el millón y medio y los dos millones de pesos, y cuentan con facilidades crediticias para clases medias.

En una consonancia con los estándares internacionales, el gobierno porteño mide sus intervenciones en términos de éxito o fracaso. En este marco, el éxito de la VOJ consistiría, según el Jefe de Gobierno Rodríguez Larreta, en su capacidad para integrarse al resto de la ciudad:

“Por eso deben evitarse los conjuntos habitacionales autosuficientes, replegados sobre sí mismos que impiden la circulación y aíslan (...) que haya mezcla social, vecinos de diferentes estratos y condiciones que se evite la segregación (...) la falla de otros complejos de vivienda fue que el estado mudó gente que antes vivía en la villa y los dejó desamparados en sus nuevas viviendas lo que terminó reproduciendo su anterior esquema de exclusión.” (*La Nación*, 27 de abril de 2018).

Según los planificadores, el verdadero desafío no sería la obra en sí misma, sino su lento proceso de asimilación a la Comuna 8, una de las más postergadas de Buenos Aires, con los peores indicadores socio-urbanos y un fuerte déficit en vivienda, salud y educación. Los funcionarios del Gobierno de la Ciudad a cargo del proyecto, en particular del Instituto para la Vivienda de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, IVC), Franco Moccia y Juan Maquieyra, aseguran que la VOJ constituye una solución superadora de los monoblocks

históricos. Maquieyra manifiesta que no puede identificarse a Villa Olímpica con la “vivienda social”. Por el contrario, el futuro de la intervención gravita alrededor de dos conceptos: “integración urbana” y “mezcla social”. Para salvar los errores de los viejos proyectos de monoblocks, la primera consigna es “romper con la igualdad”. Los estilos de los edificios deben exhibir diferencias y esa diferencia formal debe traducirse en términos de diferencia social. Las alusiones a la diferencia y la diversidad se entrelazan veladamente con la desigualdad y la construcción de espacios vacíos, reservas de metros cuadrados comercializables por privados. Los funcionarios aseveran que para obtener “la mixtura social, tenés que construir para la clase media, porque sino después no se mezcla” (*Infobae*, 26 de abril de 2018).

Como es visible en las apelaciones a la integración urbana, la diferencia formal y la mezcla social, uno de los aportes del conjunto es construirse sobre el eje de la diferencia y no de la igualdad, de la heterogeneidad y no de la homogeneidad. Una de las premisas del Jefe de Gobierno es plantear al *social mixing* como una política urbana anti-guetos. Si bien podría discutirse la existencia de guetos en la Argentina (Wacquant 2010), este supuesto proceso de guetificación tendría por epítome el complejo de 25 torres levantadas en 3 de Febrero y conocidas como Fuerte Apache. Los efectos segregativos de los dispositivos de la vivienda social del urbanismo fordista es lo que se procura evitar. Este argumento abre la puerta a la construcción sobre la base de la desigualdad y la introducción estructuradora de mecanismos de mercado con una regulación estatal difusa.

El proyecto de la VOJ es concebido como el hijo predilecto de las intervenciones urbanas focalizadas, cuya integración al contexto podría generar efectos positivos en un “espacio degradado”. La construcción de estos espacios como vacíos urbanos (Marcus y Vázquez 2017), idóneos para la articulación de estrategias de rehabilitación urbana es narrada por Rodríguez Larreta: “Villa Olímpica será un *oasis de civilidad* en el *postergado sur de la ciudad*” (*La Nación*, 25 de abril de 2018, la cursiva es nuestra). En este slogan hay varias metáforas complejas. La primera es la del oasis en el desierto, una revitalización en el vacío, un isla civilizatoria en un mar de barbarie. Allí reverberan las metáforas orientalistas construidas por Sarmiento sobre el desierto verde de la pampa y sus prolongaciones en la conquista del desierto roquista.

Definidos como guetos verticales, los monoblocks son el error vernáculo e histórico del que el Gobierno de la Ciudad quiere separarse. Pero también hay otros factores de inspiración y reserva para el proyecto. La VOJ tiene la ventaja de ser pensada casi como un experimento urbano, una prueba a escala reducida que quizá pudiera configurar un modelo si una candidatura olímpica en los Juegos para adultos se adjudicara a Buenos Aires. La directora del proyecto, Florencia Piñeiro Villar, recapitula cómo su equipo valoró las experiencias previas en los términos de la matriz de gubernamentalidad empresarial de éxito-fracaso. Asimismo, es discernible una división geopolítica entre el norte y el sur globales, entre las buenas prácticas y ejemplos europeos, y las dificultades y fallas latinoamericanas:

“Como caso de éxito tomamos la Villa Olímpica de Barcelona, Londres en cuanto a la gestión y fuimos a Brasil para ver lo que había que hacer y lo que no había que hacer, especialmente con respecto a los problemas que hubo allí para terminar las obras a tiempo y para reutilizarlas luego de los Juegos.” (*Infobae*, 26 de abril de 2018).

El proyecto se desarrolló desde cero y fue levantado en sólo 13 meses, según sus promotores se construyó sobre el vacío absoluto "... no había nada, tampoco debajo de la tierra, ni agua, ni cloacas, ni tendido de electricidad. Esto es hacer ciudad donde no había ciudad" (*Infobae*, 26 de abril de 2018). Curiosamente, la historia espacial de ese vacío impuso ciertos límites al proyecto. Los antiguos bañados y el basural de "la Quema" implicaron dificultades para asegurar el terreno. Fue necesario un pilotaje integral de 30 metros de profundidad con el objetivo de preparar las superficies para la construcción de las infraestructuras deportivas, y los 31 edificios de entre seis y siete pisos que forman la VOJ. La falta de servicios y funciones urbanas preexistentes determinó un costo elevado en las obras de alrededor de 350 millones de dólares, 100 millones se destinaron a los equipamientos deportivos sofisticados y 250 a la VOJ. Las construcciones fueron financiadas con impuestos, préstamos y cambios de activos, pero la mayor parte fue extraída del presupuesto de la ciudad.

¿Cómo se logró imprimirle la velocidad necesaria a las construcciones para culminarlas en un tiempo récord de apenas un año? Florencia Piñero Villar evoca la magnitud y la complejidad de la obra y su condición de posibilidad, la competencia inter-empresarial:

"... se coordinó el trabajo de diferentes empresas contratistas que trabajaron en simultáneo en los 31 edificios de la villa. A diario trabajaban unas 2.000 personas y 13 grúas gigantes. *Los contratistas competían entre ellos y nosotros también los hacíamos competir.*" (*Infobae*, 26 de abril de 2018, la cursiva es nuestra).

Según Vommaro (2017), el PRO se compone al menos de cinco facciones bien delimitadas: peronistas, radicales, de derecha liberal, empresarios y profesionales del mundo de las ONGs y las fundaciones. La mayoría de los representantes del gobierno porteño involucrados en las áreas sociales y urbanísticas provienen de las últimas. Egresados de institutos de formación en gestión y administración (en su gran mayoría privados), dominan la gramática empresarial, los fundamentos de la gerencia y el marketing, conocen las estrategias y las reglas del mercado porque participaban (o aún participan) en el mundo de los negocios, y hoy las trasladan al campo de la política. Influenciados por la psicología experimental, el furor actual por las neurociencias, los conocimientos, libros y conferencias acerca del cerebro y la mente, la inteligencia emocional, el *mindfulness* y el emprendedurismo, estos funcionarios empujan "la maleabilidad de lo humano" (Bayardo 2015:282) y promueven un estilo de vida responsable, saludable y proactivo. Como hemos visto, la competencia tanto sea empresarial o deportiva tiene un lugar central en esta matriz de pensamiento.

## CONCLUSIONES

El deporte ha dejado de ser un campo exclusivamente recreacional y de competencia para ser un escenario permeado por la lógica mercantil global. Desde el punto de vista económico, los JOJ generan millonarios flujos de divisas, gracias a los derechos de la

televisación y en concepto de patrocinio, en especial desde la apertura del COI a los sponsors durante la presidencia del empresario español Juan Antonio Samaranch. Por otro lado, los Estados (o ciudades, en el caso de los Juegos Olímpicos) compiten entre ellos por obtener el derecho a albergar estos eventos multitudinarios que ponen el foco de la atención del mundo entero en sus naciones por unas pocas semanas cada cuatro años. En las últimas décadas, bajo la promesa de volverse atractivos a los capitales privados y así impulsar el crecimiento económico y moral, países en vías de desarrollo o con pretensión de convertirse en potencias regionales, utilizaron esta herramienta para cautivar otros actores, pasando por capitales privados y organizaciones internacionales como el COI y la FIFA. Cortes de Lira (2012) sostiene que los megaeventos constituyen megaopportunidades de negocios para las grandes empresas, al mismo tiempo que implican el mejoramiento urbano para los Estados, ambas alianzas donde se deja afuera a la sociedad misma.

Este artículo construye a los JOJ 2018 como problema a partir de dos perspectivas críticas. La primera está destinada a observar cómo se cimentó la candidatura de Buenos Aires. En este plano, se revisa el contexto político, económico y deportivo de producción y concreción de esa postulación. También, se coloca en diálogo esa experiencia con las fórmulas globales de promoción de megaeventos. Se analizan las estrategias discursivas y representacionales con las que se intenta posicionar a Buenos Aires en el mercado internacional de ciudades visitables. Los grandes eventos construyen a la ciudad como un escenario capaz de despertar la atención del mercado global. La alianza deporte, cultura y emprendedurismo es sostenida por el gobierno local para extraer el máximo beneficio de la exposición mediática de los JOJ.

Los JOJ constituyen una oportunidad temporal de exhibir a la ciudad. Simultáneamente, requieren de un paisaje en el que escenificar las performances y alojar a los actores de las competencias. Como estos eventos demandan grandes espacios, resultan propicios para activar planes de regeneración urbana selectiva. Al mismo tiempo que se promocionan los atractivos turísticos de Buenos Aires –con unos pocos puntos de referencia al sur de la ciudad, San Telmo, La Boca y Caminito– la VOJ se ubica en un sur más extremo. Lejos de referirse a la disponibilidad de grandes terrenos con bajo valor inmobiliario, los funcionarios prefieren aludir a la rehabilitación del postergado sur de la ciudad. Allí, tanto la Villa como el Parque Olímpico, están prometidos a la construcción de viviendas integradas a la trama urbana de Soldati y el reaprovechamiento del Parque Olímpico como nueva ubicación del CENARD.

Luego de los JOJ se produjeron una serie de cambios en la estructura político-administrativa del Estado. Bajo la excusa del recorte presupuestario, muchos ministerios fueron relegados al rango de secretarías y algunas de éstas fueron transformadas en agencias. Entre ellos, a comienzos de 2019 la Secretaría de Deportes fue convertida en Agencia de Deporte Nacional. Menos orientado a la racionalización presupuestaria que a la construcción de condiciones autárquicas, este movimiento permite a la Agencia vender y comprar diferentes bienes, incluidos los inmobiliarios.

Uno de los usos propuestos para el Parque Olímpico de Villa Soldati es la relocalización del CENARD. Esta “mudanza” permitiría la venta de los terrenos de Núñez. En noviembre pasado y por remate público, la firma Buenos Aires Landmark, perteneciente al grupo Werthein y Sielecki, adquirió los antiguos terrenos del Tiro Federal Argentino por la suma de 151,5 millones de dólares. La familia Werthein está fuertemente ligada al COA, y los

terrenos adquiridos por Landmark están en las inmediaciones del CENARD y a otros donde se levantan desarrollos inmobiliarios de este grupo económico.

“No es la primera vez que el apellido Werthein suena relacionado con tierras en ese corredor del barrio de Núñez. Gerardo Werthein, miembro de la familia y presidente del Comité Olímpico Argentino (COA), fue el primer funcionario en revelar que existían conversaciones con la Ciudad y la Secretaría de Deportes de la Nación para mudar el Centro Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (CENARD), aledaño al Tiro Federal, al sur porteño. Con un fuerte respaldo del COA, el convenio para el traslado al Parque Olímpico de Villa Soldati ya está firmado. Los terrenos que el actual CENARD deje ociosos también serán objeto de venta para desarrollo inmobiliario.” (*La Nación*, 20 de noviembre 2018).

El metro cuadrado de superficie en Núñez está valuado en 3.591 dólares, mientras que en Villa Soldati la misma superficie apenas alcanza a los 665 dólares. El diferencial de casi dos mil dólares por m<sup>2</sup> es el gran negocio que impulsa el traslado del CENARD a Soldati. Sumado a una recuperación brutal de plusvalías a manos del gobierno porteño, cuyo destino no se vislumbra claramente, y la posibilidad de una inversión muy beneficiosa para los desarrolladores inmobiliarios que operan en la zona.

La insistencia de los funcionarios en la idea de *hacer ciudad* en zonas postergadas como Soldati y la edificación de complejos habitacionales, con apelaciones a la mezcla social y al espacio público, parecen constituir iniciativas capaces de poner en valor terrenos en desuso y áreas relegadas. Sin embargo, a un lado de la retórica sobre la integración urbana y la inclusión social, aparece un proceso de acumulación por desposesión, efectuado a través de una transferencia de ingresos mediante los diferenciales del valor del suelo. A partir de la liquidación de activos del Estado, mediante la venta de terrenos en remates públicos, los desarrolladores privados concentran tierras valiosas para proyectos inmobiliarios, mientras que las entidades públicas son relocalizadas en terrenos con una infraestructura más nueva y sofisticada –como el Parque Olímpico– pero cuyo valor en el mercado inmobiliario es seis veces inferior.

Por otra parte, la estrategia de construcción de complejos de vivienda como legado de los JOJ y la renovación selectiva de los barrios populares, como la VOJ, deriva en la promoción de la mezcla social. Sin embargo, esa convivencia espacial con frecuencia produce antagonismos y estigmas recíprocos. La cohabitación no siempre es capaz de disimular las desigualdades sociales. Sin estar suplementada por políticas económicas y culturales, en lugar de promover identificación comunitaria y espíritu de unión y cooperación, la mezcla social puede profundizar el desencuentro, las antipatías y el conflicto entre los residentes. Así, la formación de espacio público y la mezcla social envuelven con porciones variables de igualdad superficial las dinámicas de apropiación por desposesión.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- “Los planes de Rodríguez Larreta para que Villa Olímpica no se convierta en un nuevo Fuerte Apache” (25 de abril de 2018), *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2128954-los-planes-de-rodriguez-larreta-para-que-la-villa-olimpica-no-sea-un-nuevo-fuerte-apache>
- “Villa Olímpica: cómo nació, cuánto costó y cuáles son los desafíos del barrio que quiere revitalizar el sur de la Ciudad” (26 de abril de 2018), *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/politica/2018/04/26/villa-olimpica-como-nacio-cuanto-costo-y-cuales-son-los-desafios-del-barrio-que-quiere-revitalizar-el-sur-de-la-ciudad/>
- “Villa Olímpica: el desafío de que sea un polo de integración en el sur y no un gueto” (27 de abril de 2018), *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2129481-villa-olimpica-el-desafio-de-que-sea-un-polo-de-integracion-en-el-sur-y-no-un-gueto>
- “Por \$5600 millones, los Wertheim se quedaron con tierras del Tiro Federal” (20 de noviembre de 2018) *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2193320-tiro-federal-subastan-hoy-las-tierras-sobre-la-avenida-del-libertador-por-4762>
- Balibrea, M. P. (2011) “Barcelona: del modelo a la marca. Caso de estudio”, en *YProductions*. Recuperado de <http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/barcelona>
- Bayardo, R. (2015) “Anegados en la cultura. Be Creative!” en Quevedo, L. A. (Coord.), *La cultura argentina hoy* (pp. 255-285), Buenos Aires: Siglo XXI.
- Blanco, I. (2009) “Does a ‘Barcelona Model’ Really Exist? Periods, Territories and Actors in the Process of urban Transformation”, en *Local Government Studies*, 35(3), 355-369.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002) *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid: Akal.
- Canelo, P. (2008) “La política contra la economía: los elencos militares frente al plan económico de Martínez de Hoz durante el proceso de reorganización nacional (1976-1981)” en Pucciarelli, A. (Coord.) *Empresarios, tecnócratas y militares. La trama corporativa de la última dictadura*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Castells, M. (2000) *La era de la información. 1. La sociedad Red*, Madrid: Alianza.
- COI (2007) 1st Summer Youth Olympic Games in 2010, Lausana: COI. Recuperado de <http://goo.gl/dcFDP8>
- COI (2010) Culture and Education Programme (CEP) Explanatory Brochure, Lausana: COI. Recuperado de <https://goo.gl/gMclqL>
- COI (2014) The Youth Olympic Games: vision and principles, Lausana: COI. Recuperado de <http://goo.gl/FXZjoU>
- Cortes de Lira, A. C. (2012) “Los megaeventos y sus consecuencias urbanas. Posibles perspectivas hacia futuras experiencias brasileñas”, en *Arxiu D'etnografia de Catalunya*, (12), 9-32.



Cosacov, N.; Perelman, M.; Ramos, J. y Rodríguez, M. F. (2012) “De ‘la Quema’ al parque: notas sobre las políticas urbanas en la dictadura y la producción de pequeños consensos cotidianos en la Ciudad de Buenos Aires (1976-1983)”, en *Sociohistórica*, (29), 71-75.

Cravino, M. C. y Palombi, A. M. (2015) “El macrismo ¿neoliberal? Política urbana en el sur de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”, en *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 8(15), 56-67.

Delgado, M. (2007) *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del modelo Barcelona*, Madrid: Libros de la Catarata.

Fiori Arantes, O. (2000) “Pasen y vean... Imagen y city-marketing en las nuevas estrategias urbanas”, en *Punto de Vista*, (66), 16-19.

Clerval, A. y Fleury, A. (2015) “Políticas urbanas y gentrificación: un análisis crítico a partir del caso de París”, en *Estudios Sociales Contemporáneos*, (13), 56-72.

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (2014) Boletín Oficial N° 4341. Recuperado de <https://documentosboletinoficial.buenosaires.gob.ar/publico/20140217.pdf>

Harvey, D. (1990) *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre el origen del cambio cultural*, Buenos Aires: Amorrortu.

Harvey, D. (2001) “From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism”, en *Space of Capitals. Toward a Critical Geography*, New York: Routledge.

Hijós, N. (2018) “Buenos Aires como ciudad deportiva: camino a los Juegos Olímpicos de la Juventud 2018” en Mora Pereyra, B. (Coord.), *Deporte y sociedad Encontrando el futuro de los estudios sociales y culturales sobre Deporte* (pp. 312-325), Montevideo: CALCO.

Hou, J. (2010) “‘Night Market’ in Seattle: Community eventscape and the reconstruction of public space”, en *Insurgent space. Guerrilla urbanism and the Remaking of Contemporary Cities* (pp. 111-123), New York: Routledge.

Judge, L. W., Petersen, J. y Lydum, M. (2009) “The Best Kept Secret in Sports: The 2010 Youth Olympic Games”, en *International Review for the Sociology of Sport*, 44, 173-191.

Lash, S. y Urry, J. (1998) *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Buenos Aires: Amorrortu.

Levoratti, A. (2017) “El deporte en el Estado nacional: continuidades y rupturas. (Argentina, 1989-2015)”, en *Materiales para la Historia del Deporte*, (15), 111-130.

Menazzi, L. (2013) “Ciudad en dictadura. Procesos urbanos en la ciudad de Buenos Aires durante la última dictadura militar (1976-1983)”, en *Scripta Nova*, XVII, (429).

Menazzi, L. (2018) “‘Un nuevo paisaje urbano’. La producción de espacios verdes públicos durante la última dictadura cívico-militar en Buenos Aires”, en *Clepsidra*, 5(9), 14-33.

Marcus, J. y Vázquez, D. (2017) “Vaciar, llenar, resistir. Conflictos y tensiones en la producción de los ‘vacíos urbanos’”, en Marcus, J. (Coord.) *Ciudad viva. Disputas por la producción sociocultural del espacio urbano en la Ciudad de Buenos Aires*, Buenos Aires: Teseo.

- Marshall, T. (2004) *Transforming Barcelona: The Renewal of a European Metropolis*, London: Routledge.
- Morresi, C. (29 de septiembre de 2018) "Políticas y presupuestos", *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/145212-politicas-y-presupuestos>
- Oszlak, O. (1991) *Merecer la ciudad. Los pobres y el derecho al espacio urbano*, Buenos Aires: CEDES.
- Pardo Gila, J. M. y Calle Molina, M. T. (2016) "Los Juegos Olímpicos de la Juventud y las redes sociales (2010-2014): Evolución y retos en las nuevas formas de comunicación para la transmisión de valores olímpicos", en *Citius, Altius, Fortius*, 9(2), 17-30.
- Romeo Renau, L. (2010) "Dos décadas de urbanismo-espectáculo en España. Los grandes eventos como motor del cambio urbano", en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (54), 309-327.
- Sennett, R. (22 de junio de 2018) Conferencia magistral: Ciudad abierta, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.
- Stewart Usher, L. (2016) *Diplomacia y deportes. Los Juegos Olímpicos de la Juventud Buenos Aires 2018* (Tesis de grado en Gobierno y Relaciones Internacionales). Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Argentina de la Empresa (UADE), Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Tavella, G. (2018) "Interama: el parque de diversiones para la ciudad de Buenos Aires de la dictadura militar (1976-1983)", en *Clepsidra*, 5(9), 34-51.
- Urry, J. y Larsen, J. (2011) *The tourist gaze 3.0*, Los Angeles: Sage.
- Vainer, C. (2002) "Pátria, empresa e mercadoria. Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano" en Arantes, O.; Vainer, C. y Maricato, E. (Coords.) *A cidade do pensamento único. Desmanchando consensos*, Petrópolis: Editora Vozes.
- Vommaro, G. (2017) *La larga marcha de Cambiemos. La construcción silenciosa de un proyecto de poder*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Wacquant, L. (2010) *Las dos caras de un gueto. Ensayos sobre marginación y penalización*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Zukin, S. (1995) "Whose culture? Whose city?" en *The culture of cities* (pp. 1-15), Oxford: Blackwell Publishers.