

FRONTERAS VISIBLES E INVISIBLES EN LA CIUDAD: FÁBRICAS RECONVERTIDAS EN VIVIENDAS DE LUJO

Dra. Arq. María Marta Lupano

Instituto de Arte Americano FADU-UBA

mlupano@yahoo.com

Abstract

En el marco de la reestructuración socioeconómica de los años '90 y su consecuente desindustrialización -en un contexto globalizado y posmoderno- diversos proyectos urbano-arquitectónicos con características de hábitats cerrados y de acceso restringido fueron surgiendo en la ciudad de Buenos Aires. Se dirigieron inicialmente al consumo, al entretenimiento y al ocio: *shoppings*, hipermercados, multicines para ampliarse posteriormente a las viviendas en altura llamadas torres *countries*. Todas estas obras se convirtieron no solo en hitos referenciales para la ciudad si no que acentuaron los contrastes entre los usuarios de esos espacios y los excluidos de esos sitios.

En estos últimos años una nueva versión de enclave residencial aparece en Buenos Aires. Antiguos espacios fabriles -abandonados y desmantelados- serán reconvertidos en viviendas de lujo. El edificio industrial que, hasta ese momento, estaba asociado a un ámbito obrero se valorizará al ser apropiado por un alto segmento de la sociedad que instalará una forma diferente de vivir en Buenos Aires. Estas fábricas se convierten en archipiélagos urbanos al generar fronteras visibles e invisibles en la ciudad. Forman parte de un proceso de fragmentación donde algunos individuos se refugian en sus compartimentos estancos sin participar o enterarse de lo que sucede más allá de su enclave. Con esto la ciudad pierde la posibilidad de ser un ámbito de integración de personas y clases.

Palabras clave: desindustrialización-enclaves cerrados-fronteras urbanas-exclusión social

Ciudad de todos. Ciudad de unos pocos.

La construcción de lugares¹, dentro de cada comunidad, es uno de los procedimientos simbólicos que permiten pensar la identidad y la alteridad como su par relativo. La identidad se establece dentro de un sistema de relaciones entre individuos que se distinguen entre sí (Anzaldúa Arce; 2007). Conlleva al reconocimiento, un proceso de percepción-acción, del

¹ Un espacio como categoría abstracta pasa a ser un *lugar* cuando adquiere significado y se puede “conocer el comportamiento asociado a él, sus parámetros físicos y el tipo de personas que esperamos encontrar en él” (Altman; 1989)

armado de un "nosotros" frente a "los otros" (García Bravo; 1997) y que define concepciones, valores y comportamientos a los que responde cada grupo. Es decir, la identidad se constituye a partir de la diferencia e involucra procedimiento de inclusión y exclusión. El sujeto se sitúa dentro de un campo simbólico cultural y traza las fronteras que definen el territorio de su mismidad. (Sciolla citado por Giménez; 1992)

Si se analiza a la ciudad de Buenos Aires de lo enunciado precedentemente y en el marco de la reestructuración socioeconómica de la última década del siglo XX que, apoyada en capitales privados internacionales² se dirigió a la inversión en bienes raíces, se observa el surgimiento de numerosos mega emprendimientos vinculados, preferentemente, al consumo, al ocio y a las viviendas de lujo. Todas estas obras -concebidas como enclaves cerrados o de acceso restringido: *shoppings*, multicines, hipermercados, torres *countries*, etc.³- se transformaron, luego, por el impacto que produjeron en el tejido urbano en hitos referenciales para la ciudad, acentuando los contrastes sociales entre los usuarios de esos espacios y los excluidos de esos sitios.

La hegemonía de la posmodernidad con su estética de mercado, de brillo y extraterritorialidad primaron en ciertos barrios. Y si bien Buenos Aires, a lo largo de su historia, ha presentado diferencias entre zonas distinguidas -Recoleta, Retiro, Palermo, Belgrano- frente a otras socialmente deprimidas, en esa época y acorde con la política de desindustrialización, algunas áreas desvalorizadas inmobiliariamente pero con buena conectividad, dada por avenidas rápidas y autopistas, se fueron transformando y revitalizando a partir, como se ha expresado, de las inversiones que llegaron del exterior, que se orientaron principalmente a la compra de terrenos donde había industrias desactivadas. Fábricas, depósitos y talleres se demolieron y sus lotes fueron ocupados por estos mega emprendimientos que se caracterizaron por ignorar las necesidades o requerimientos de la sociedad, en general, y de la población local, en particular.

Desde el punto de vista cuantitativo se localizaron en una franja orientada especialmente hacia el norte y también hacia el oeste de la ciudad. En mínima proporción se construyeron al sur de la autopista 25 de Mayo, una vía rápida que en dirección este-oeste demarca una de las zonas de borde sobre la margen del Riachuelo -mayor espacio intersticial ribereño- y que concentra

² "Buenos Aires aparece como un mercado que ofrece rentas muy atractivas". El *Real Estate* comercial, en la mira de los inversores. (*La Nación* 7/9/98)

³ El trabajo de campo, más de 100 emprendimientos relevados de torres *countries*, de *shoppings centers* e hipermercados fue realizado por alumnos de la materia Historia Urbana de Buenos Aires (cátedra Lupano) junto con el equipo docente durante los años 1999/2002. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA.

a los habitantes más pobres asentados en villas miserias. Además el área posee instalaciones industriales y depósitos -en parte desactivados y obsoletos- con terrenos de grandes dimensiones que podrían haber sido utilizados para esos nuevos emprendimientos si no fuera porque las barreras de accesibilidad y de marginalidad ahuyentaron a los posibles inversores, profundizando los contrastes ya existentes entre el norte y el sur de la ciudad. Otras zonas, en cambio, mejor conectadas aunque relegadas inmobiliariamente en su momento, se valorizaron luego de ser elegidas para construir estos enclaves.

Se pueden tomar como ejemplos de la época el Abasto con la refuncionalización del antiguo mercado de frutos y verduras –sobre la avenida Corrientes- que se transformó en centro comercial y que fue acompañada por otras obras como la apertura de un hipermercado, el proyecto de torres *countries* y la inauguración de un hotel cinco estrellas de una cadena internacional. La empresa IRSA, del financista Soros, interviniente en la reconversión del mercado decía: era “levantar no sólo un *shopping* (...) era **levantar todo un barrio pobre**, el bronx porteño”. El entorno tugurizado con pensiones e inquilinatos, la expulsión de la población alojada en esas casas y la compra de las viviendas, posteriormente, a bajo precio le significó a la empresa un excelente negocio inmobiliario. En “dos semanas terminaron de vender allí tres torres de viviendas que (existían) **sólo en los planos**” y ante semejante éxito decía IRSA “Creo que podemos **repetir** lo del Abasto en la Ciudad deportiva, en Puerto Madero, Villa Crespo, Caballito y muchos otros lugares” (*Clarín Economía* 16/6/97) Porque la estrategia era comprar propiedades subvaluadas en áreas clave, demolerlas o refuncionalizarlas y luego alquilarlas o revenderlas a un precio mayor.

También esta misma política especulativa se llevó más sutilmente en una zona del barrio de Palermo tomando como eje la avenida Santa Fe y cuya transformación tuvo un proceso continuo que se inició en la intersección con la avenida Coronel Díaz y que recibió por nombre “Alto Palermo”. El impulso se dio a partir de la demolición de una antigua cervecería y la construcción en su lugar de un *shopping*. El entorno, que se caracterizaba por sus grandes predios ocupados por depósitos y talleres además de viviendas de baja y mediana densidad, fue sustituido por varias torres *countries*, un hipermercado y un complejo de multicines cuya implantación en el terreno y altura de los edificios alteró la morfología y tejido urbano consolidado⁴. El segundo sector forma parte de un importante centro de transferencia conocido popularmente como “Pacífico” al estar vinculado al ferrocarril “Buenos Aires al Pacífico” que unía a Argentina con Chile. Este sitio poseía infraestructura ferroviaria

⁴ Para ampliar el tema se puede ver: Muñoz, Manuel (2014) Transformación de un barrio. Cervecería Palermo/Alto Palermo Shopping. *RevistaHISBA*.

abandonada y degradada a lo que se le sumaba la presencia de prostitutas que ejercían su oficio en los alrededores. Con la construcción de la emblemática torre country *Le Parc*, una de las más altas y suntuosas de la ciudad -donde antes estaba una terminal de tranvías- surgieron numerosas torres de lujo que fueron edificadas sobre predios de antiguos depósitos. La transformación urbana se acompañó con la apertura de un hipermercado con un centro comercial, un *aparthotel* cinco estrellas y un importante sanatorio. Para efectivizar el cambio de imagen de la zona se trocó su popular nombre por uno más sugerente “Palermo Nuevo”⁵. El tercer sector corresponde a un área –sobre la avenida Juan B. Justo- que estaba ocupada por depósitos de empresas bodegueras donde se fraccionaba el vino que era traído desde la región de Cuyo por el ferrocarril. Era asimismo una zona “roja” y marginal donde se ejercía la prostitución callejera⁶ además de tener casas intrusadas. Luego de suspenderse la actividad relacionada con la producción vitivinícola se dismantelaron las instalaciones, se demolieron sus edificios y en su lugar se construyeron torres *countries*, oficinas corporativas, un exclusivo sanatorio y un *shopping* a cielo abierto que reutilizó el histórico viaducto ferroviario. Este sector se denominó “Palermo Hollywood” porque en su entorno se fueron localizando productoras de cine y televisión.

Como se observa, la especulación financiera, la rentabilidad sin frenos y la exclusión social –a partir de la concreción de estos emprendimientos- fueron las nuevas líneas directrices que se impusieron en la ciudad. Una de las consecuencias más inmediata fue de carácter económico con el alza del valor de la tierra circundante. Asimismo se produjo un cambio socio-cultural destacable a raíz de la expulsión de los primitivos habitantes, sobre todo inquilinos de antiguas casas que fueron refuncionalizadas como restaurantes de lujo y hoteles boutique y la radicación de gente que no pertenecía al barrio y que llegó para vivir en las recientemente inauguradas torres *countries*.

⁵ Dirá uno de los gerentes de la inmobiliaria Bullrich “A partir de la construcción de la torre Le Parc (...) comenzaron a proyectarse nuevos emprendimientos de similares características, fundamentalmente en lo que hace a edificios en torre con espacios verdes y servicios complementarios” Y expresaba la inmobiliaria Tizado “antes era una zona olvidada, pero contaba con una enorme ventaja: tenía terrenos de gran superficie y, por lo tanto, muy aprovechables”. Para el director comercial de Empresee es un barrio en crecimiento y la gente lo valora “sabe que comprar en la zona es hacer una buena inversión (...) El público que busca departamento en Palermo Nuevo es terriblemente exigente; si bien está dispuesto a pagar muy bien busca un producto de excelencia. El potencial inmobiliario del barrio es inmejorable: si los proyectistas diseñan el producto adecuado, los compradores están asegurados” (*La Nación. Propiedades* 05/07/97)

⁶ El gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a través de su Código de Convivencia delimitó los ámbitos geográficos en los que estaba permitida la oferta de sexo en espacios públicos. Esa actividad fue trasladada al Parque 3 de Febrero, alejado de las áreas residenciales.

“Nosotros” y “los otros”. Enclaves de consumo seguros y entre iguales

Estas mega obras con su particular concepción urbano-arquitectónica de enclaves cerrados, controlados y selectivos fueron los nuevos espacios emblemáticos que adoptaron inicialmente los sectores de clase media alta y alta a partir del neoliberalismo económico del fin del milenio. Este tipo de construcción acentuó las desigualdades sociales sobre todo porque la precarización laboral y la desocupación engrosaron el número de los excluidos de todo lo que ofrecía la ciudad.

El forastero o desconocido se transforma, por lo tanto, en una potencial amenaza. Por eso se tiende a reforzar la cohesión “entre iguales” a través de sitios bien defendidos (Ortiz: 1996). Esto se materializa en límites estrechamente vigilados con guardianes armados que custodian y filtran las entradas, disminución de las áreas públicas, separación de la vida en común y criminalización de la alteridad (Bauman; 2003). Para sentirse seguros los hombres necesitan controlar y monitorear la propia proximidad. (Ibidem)

Román Gubern ya había observado que la cultura claustrofóbica es una característica de esta era, como consecuencia de la privatización del ocio. El sujeto se refugia, también, en su hogar, buscando protección frente a las agresiones externas de la ciudad moderna. (*La Prensa* 3/10/95) Las viviendas con *amenities* serán una posible solución.

Si analizamos, por ejemplo, los centros comerciales aparecen recién a fines de los años 80 en Argentina, prolongando fuera del domicilio del individuo la cultura claustrofóbica. El tema de los *shoppings centers* ha sido abordado -por diversos autores y desde variadas disciplinas- dentro de las macro tendencias territoriales de Buenos Aires, en las últimas décadas del siglo XX. Este trabajo pretende aportar, basándose en los estudios de caso, una visión complementaria mostrando cómo estos ejemplos de esparcimiento y de ocio no son modelos homogéneos ya que presentan diversas gradaciones que es importante detectar para diferenciar las prácticas y el significado simbólico que le confieren no solo los usuarios de estos emprendimientos sino también el conjunto de la sociedad. Y aquí juega un papel fundamental, en la valoración o en el prestigio que se le adjudica al centro comercial, su localización según el barrio donde se halla y el tipo de edificio que sustituye ya sea por demolición o reconversión. No es lo mismo pasear o comprar en el *shopping* Patio Bullrich, una refuncionalización de una tradicional casa de remates vinculada a la burguesía porteña. O las Galerías Pacífico, distinguido paseo de compras de fines del siglo XIX reabierto después de haber estado durante mucho tiempo cerrado. Ambos ejemplos están ubicados en Retiro-San Nicolás, barrios selectos de la ciudad. Los usuarios que concurren a estos centros

comerciales buscan identificarse con un cierto grupo. Para alcanzar el prestigio que creen o aspiran poseer deben comprar el producto o la marca consagrada que les otorgará el reconocimiento deseado.(Ariovich; 1996). Y que difiere de lo que puede obtenerse al visitar uno de los primeros *shopping* que tuvo Buenos Aires, el Spinetto, un antiguo mercado reciclado en un barrio, como Balvanera, de clase media y media baja o el *Shopping* Devoto, una refuncionalización de una fábrica textil.

Asimismo no existe una única manera de consumir en un centro comercial Se puede hablar de una estratificación en el nivel de las representaciones (Ibidem.) ya que individuos pertenecientes a diferentes categorías sociales pero que pueden acceder a estos espacios tienden a usarlos para fines distintos según el estilo de vida, las necesidades y las posibilidades “los grupos seleccionan y fijan –gracias a acuerdos colectivos- los significados que regulan su vida. Los rituales sirven para contener el curso de los significados y hacer explícitas las definiciones públicas de lo que el consenso general juzga valioso” (Mary Douglas citado por García Canclini; 1995). Por eso los usos se diversifican: para algunos es un centro de compras, para otros un lugar de paseo es decir prácticas diferentes que corresponden a públicos con características sociales distintas pero que en estos ámbitos unifican sus patrones de conducta para separarse de los “otros” los que quedan afuera. No se requiere ningún esfuerzo para vigilar a los que están adentro porque la peligrosidad de algunos individuos ha sido filtrada en los accesos, a través de cámaras de televisión, guardias armados u otros dispositivos de control. “... los que se encuentran allí pueden suponer con cierta seguridad que todos los demás con los que se encuentran o se cruzan han ido allí con el mismo propósito, seducidos por los mismos atractivos, movidos y guiados por los mismos motivos” (Bauman; 2003).

Porque “el hecho de compartir el espacio físico con otros actores abocados a una actividad semejante añade importancia a la acción, le da el sello de la aprobación numérica y de ese modo corrobora su sentido, lo justifica sin necesidad de mayor argumentación”(Ibidem). Es decir, para enfrentar la otredad, la estrategia será la construcción de enclaves con acceso restringido y la prohibición selectiva de ocuparlos por aquellos que no pertenecen al grupo identificado con el lugar. Como sostiene Helen Kéller “la cercanía y la distancia son conceptos espaciales pero dependen de algo más que del espacio” (Kéller; 1975).

Fábricas reconvertidas en viviendas de lujo

Así como se ha visto que en los años 1990 surge en Buenos Aires el edificio de departamento con *amenities* rodeado de áreas verdes parquizadas, llamado torre *country*, que combina en su diseño características del espacio público pero en un territorio privado porque la inseguridad de la ciudad lleva a querer compartir ciertas actividades deportivas, recreativas o culturales en un territorio con límites bien definidos, en esta última década aparece una nueva versión de enclave residencial.

En efecto, antiguos espacios fabriles -abandonados y desmantelados- no serán demolidos como años anteriores para construir *shoppings* o torres *countries* sino que serán reconvertidos como viviendas de lujo. El edificio industrial que, hasta ese momento, estaba asociado a un ámbito obrero se valorizará al ser apropiado por un alto segmento de la sociedad que instalará una forma diferente y *snob* de vivir en Buenos Aires. Las fábricas refuncionalizadas como viviendas son una nueva manera de habitar contemporánea, pero marcada -al mismo tiempo- por continuidades profundas con el pasado.

Para poder comprender el impacto que han tenido estos emprendimientos en las prácticas sociales de los habitantes de la ciudad se hace necesario analizar el papel que tuvieron estos centros de trabajo inicialmente para los vecinos. Sobre todo porque la historiografía no ha considerado, como debería, el importante rol urbanizador que han desempeñado las industrias en el territorio donde se asentaron y los efectos sociales que produjeron al ser polos de atracción de trabajadores. Por ello, para mostrar el rol que han tenido estos centros laborales en la vida cotidiana de la población local se utilizarán algunos conceptos desarrollados por el filósofo Ernst Cassirer referidos a la percepción del espacio⁷, en este caso el espacio urbano y se constatarán con los testimonios recogidos en diferentes medios de difusión, corroborados por los comentarios que nos han dado algunos habitantes que vivían en el entorno de las fábricas analizadas. De lo relevado se observa que la actividad laboral tenía para el vecindario un papel preponderante que se percibía cotidianamente de distintas formas: con el sonido del silbato o la sirena⁸, que anunciaba el inicio de la jornada, el cambio de turno o la finalización de las tareas. Con el desplazamiento de los obreros en bicicleta o a pie, desde o hacia sus

⁷ Según David Harvey el hombre está arraigado en el espacio, habita y esa conciencia espacial le permite “comprender el papel que tiene el espacio y el lugar en su propia biografía, relacionarse (...) y darse cuenta (...) que las transacciones entre individuos y organizaciones son afectadas por el espacio que los separa” (1985). Además, esa conciencia, le brinda la posibilidad de comprender el significado simbólico que la gente le confiere.

⁸ En Belgrano “Sonaban las sirenas de las fábricas Campomar, las curtiembres, los lavaderos, la de sombreros Dominoni. Ellas marcaban los momentos del día. A su ritmo los obreros iban y venía en marcha rumorosa.” (Gargiulo, 2012)

hogares, por las calles que comunicaban al edificio-fábrica con sus casas⁹. Los olores o aromas de los productos elaborados y que se percibían más allá del barrio también remitían a un tiempo de trabajo¹⁰. Lo mismo sucedía con el humo que expelían las chimeneas. El espacio perceptual, según Cassirer, se experimenta a través de los sentidos. De allí que estas industrias hayan tenido tanta presencia en el diario vivir de toda la comunidad.

Con relación al espacio simbólico, otra categoría que aporta Cassirer, se concreta a través de la representación que el centro laboral poseía para los obreros y los vecinos. Era una fuente de trabajo y podía significar: progreso¹¹, ascenso social¹², camaradería, solidaridad¹³, etc. La producción era el núcleo vital que constituía e identificaba a los individuos como colectividad. Esta construcción social define los límites del territorio “que desde el punto de vista de los sujetos posee una identidad que lo distingue de otros”¹⁴

Pero, en el transcurso del siglo XX se producirán grandes cambios en estos lugares. Mas precisamente en los años 90 la política de desindustrialización nacional ocasionará que muchas fábricas -que habían sido hasta ese momento centros de trabajo en la ciudad de Buenos Aires- paralizarán sus actividades, se desactivarán hasta llegar, en casos extremos, a la demolición de sus instalaciones y la construcción de mega emprendimientos¹⁵.

⁹ “Alpargatas era un monstruo, la cantidad de gente que iba y venía por esos edificios es hoy inimaginable. Tenía cine para el personal y la gente del barrio...” (Guerín, 2012) Entrevista a Juan Carlos Penco, de la Asociación de Vecinos de La Boca.

¹⁰ en el barrio de Villa Urquiza se recuerda a la antigua fábrica de *Chiclets* Adams por “el hipnótico e intenso aroma a menta que (emanaba) la planta durante décadas.” (Levy, 2009) en Barracas a “seis cuadras a la redonda de Bagley, según soplabla el viento, se sentía el olor a las masitas” (Guerín, 2012)

¹¹ “Desde muy chica vivo a tres cuadras de la fábrica. Siempre escuchaba hablar de que era una muy buena empresa y yo soñaba con trabajar allí (...) Me asignaron el puesto de maquinista de la envasadora de las cajitas que contenían dos unidades. Además debíamos tener el conocimiento de todas las tareas de la sección.” Entrevista a Elena Hernández, vecina de Villa Urquiza y operaria de *Chiclets* Adams. (Levy, 2009).

¹² En la ex fábrica GRAFA en av. Albarellos “... los chicos pintaron obras de arte que reflejaban la historia de esa fábrica que le dio vida y trabajo a los abuelos y padres de muchos de ellos. (...) con el invalorable aporte de vecinos, muchos de ellos ex obreros de la Grafa. Estos murales constituían un homenaje al trabajo y dignidad de un pueblo que creció con el orgullo de sentirse protagonista y forjador de su propio destino.” (Criscuolo, 2005).

¹³ “El lunes 20 de abril de 1936, los 800 obreros del Establecimiento textil Gratry de Nueva Pompeya se dispusieron a iniciar una huelga en reclamo de un aumento salarial y de la reincorporación de sus compañeros recientemente despedidos. (...) la huelga se extendi(ó) por un plazo de cuatro meses, tiempo en el que los obreros recibieron la solidaridad de organizaciones gremiales y políticas y, en especial, de los vecinos y comerciantes de Parque Patricios, Villa Soldati y Nueva Pompeya....” (Serulnicoff, 2009).

¹⁴ Patricia Safa: “Identidades locales como construcción del sujeto, símbolos colectivos y arena política: una propuesta metodológica”. En *Historia Oral. Ensayos y aportes de investigación*. (CIESAS. México, 1996)

¹⁵ El *shopping* Alto Palermo ya mencionado; las torres Mirabilia -también en el barrio de Palermo- construidas en el terreno de la ex bodega Peñaflor; las torres del Libertador que sustituyeron a la fábrica Gillette Argentina; los Solares de Belgrano cuyas torres *countries* se erigieron en el antiguo predio de los Laboratorios Cinematográficos Alex, el complejo *Centennial Tower* donde antes funcionaba la empresa Atma -todas en el barrio de Belgrano-, o las torres *countries* de Villa Crespo en lugar de la curtiembre La Federal entre otros casos.

Posteriormente, por la alta flexibilidad de su diseño arquitectónico se verá que podía ser reutilizado el edificio. Es así como ciertas áreas que se habían deprimido inmobiliariamente por tener alguna fábrica abandonada se valorizarán a partir de la decisión de emprender importantes obras en esas construcciones industriales vacías¹⁶.

Desde el punto de vista del espacio urbano, a diferencia de los otros tipos de enclave mencionados que se insertaban en la manzana ignorando todo lo existente, las fábricas a refuncionalizar tienen la ventaja de estar integradas en la morfología del barrio. Su arquitectura forma parte del imaginario local. Su volumetría se visualiza desde distintos ángulos y está presente en la memoria de sus habitantes ya sea porque algunos trabajaron allí, porque participaron de actividades que se generaron en esos centros laborales (torneos deportivos, fiestas populares, promoción de los productos que elaboraban, etc.) O, simplemente, por haber internalizado el ritmo que marcaba la industria diariamente. Todas experiencias sensibles que se fueron incorporando en la población desde la cotidianeidad. Este pasado tan enraizado ha servido para que los antiguos vecinos aceptaran más fácilmente la reconversión de la fábrica a un nuevo uso frente a la posible demolición y sustitución por otro tipo de obra ya que mantener el edificio industrial recuperado servía como testimonio de una determinada época, que les recordaba un lejano momento en el que el trabajo no faltaba y la clase obrera tenía protagonismo en el crecimiento del país.

Para los desarrolladores que llevan adelante estas refuncionalizaciones poco les interesan las consideraciones sobre el barrio y los habitantes. Los entornos de las fábricas se encuentran mayormente deprimidos debido a la suspensión de las actividades laborales y el posterior deterioro de los inmuebles. En este contexto, el precio del metro cuadrado, decae fuertemente y se mantiene subvaluado durante largos periodos. Los barrios en general no son abandonados por sus antiguos pobladores -muchos ex obreros de las fábricas- salvo cuando los inversores inmobiliarios empiezan a tentar a los propietarios para comprarles sus casas a un precio

¹⁶ El trabajo de campo fue realizado en el marco del proyecto UBACYT 2010/12 “Fábrica-vivienda-comunidad: espacio de trabajo y espacio doméstico a través de las historias de empresas. 1880-1945” (Dirección M. M. Lupano) y del proyecto UBACYT 2013/15 “Fábricas y talleres. Su rol como estructuradores del territorio y constructores de la ciudad. Pasado y presente en la historia urbana de Buenos Aires”. (Dirección M. M. Lupano). También colaboraron docentes y alumnos de la materia Historia Urbana de Buenos Aires (Cátedra M.M. Lupano) en el año 2014.

razonable y luego vender esos mismos terrenos a mayor valor cuando el emprendimiento inmobiliario esté encaminado¹⁷.

Entre los ejemplos paradigmáticos de esta nueva tendencia a la conservación de la arquitectura industrial, se pueden nombrar algunos casos más recientes, en particular los localizados en Barracas. Si bien no es sólo en este barrio porteño donde se dieron ejemplos de refuncionalización de fábricas en viviendas de lujo, si sorprende la alta concentración, sobre todo siendo históricamente un lugar que alojaba mayoritariamente a una población de raigambre obrera vinculada a los distintos centros productivos que allí había. Al ser una zona con muy buena conexión con la *city* bancaria y financiera¹⁸ y cerca de Puerto Madero, se ha convertido en uno de los ejemplos más emblemático de estos últimos años con una valorización de la propiedad destacable¹⁹ y un notable cambio social²⁰.

Las fábricas reconvertidas funcionan como un barrio cerrado autosuficiente con un despliegue de equipamiento –similar a las torres *countries*- que permite cubrir todas las necesidades de los residentes sin tener que salir del enclave²¹. Vías rápidas de circulación son fundamentales, ya que los habitantes de estos conjuntos privilegian los trayectos en automóvil. Esto se entiende porque en general los sectores de altos ingresos “no utilizan mayormente el entorno de la vivienda, el uso de las calles es estrictamente circulatorio y hay un rechazo a la idea de un espacio apropiado para las actividades colectivas. La idea del barrio como comunidad les es ajena (...). Su mundo social está fuera del área barrial.”(Ladizesky; 1993) Por lo tanto, este

¹⁷ Refiriéndose a Barracas “... en los últimos tres años las propiedades en ese barrio porteño se encarecieron un 50%” (Conde, 2005)

¹⁸ “El objetivo de largo plazo es posicionar la zona como una extensión de San Telmo, mediante un nuevo polo de viviendas dirigido a la clase media alta que, de hecho, es la única que en la actualidad está impulsando la demanda en el mercado inmobiliario”(La Nación, Sección Economía 30/11/2005)

¹⁹ Para ampliar el tema se puede consultar Lupano, María Marta et al (2014) “Patrimonio industrial, refuncionalización y reconversión inmobiliaria en la ciudad de Buenos Aires. Su costo social”. *Revista HISBA*

²⁰ Dice Lucrecia Cavoti, de Reynols Propiedades refiriéndose a una fábrica refuncionalizada en Barracas “...casi todos nuestros compradores son extranjeros. La productora de Hollywood, Lila Cazès (...) famosa por la elección de sus casas en Los Angeles ha comprado tres *lofts* continuados con una espectacular terraza de 150 m2. Otro empresario canadiense adquirió cuatro unidades y está próximo a concluir la operación por otra más.” Algunos americanos compraron por Internet viendo las fotos, y ya suman cerca de 20. Diario *La Nación* 16/7/2005

²¹ “La ex fábrica textil Piccaluga hoy Condominio Barracas Central, está convertida en un complejo de *lofts* y locales comerciales (...) Se incluyeron 70 unidades de vivienda, de entre 60 y 160 m2 cada una, con cochera en su mismo nivel, un zócalo de locales comerciales (...), servicios, *amenities* y terrazas. (...) “Un café literario, una galería de arte, restaurante y anticuarios están previstos en la planta baja. El complejo contará con solárium y pileta de natación, cocheras que llegan por rampa hasta la puerta de cada apartamento, *gym* y *spa*, gran jardín, salón de usos múltiples y microcine, entre otros servicio” (Diario *La Nación* 16/07/2005)

“...la fábrica de galletitas Bagley tendrá 225 departamentos con características de torres jardín: un parque de 3100 metros cuadrados, un microcine y dos piletas (una cubierta) Además de solárium, *spa*, relax, café restó y delivery, *gym*, biblioteca, centro cultural y un auditorio con microcine, salón de usos múltiples, autoservicio de lavado y secado de ropa con servicio de valet y espacios con mucho verde. (Diario *La Nación* 30/11/2005)

tipo de enclave da como resultado una obra que se aísla de todo lo que la rodea y segmenta a la ciudad y a la sociedad generando fronteras visibles e invisibles como es el caso de Barracas.

Barracas, de barrio proletario a barrio reconvertido

A fines del siglo XIX, Barracas reunía mayoritariamente población proletaria y era soporte y escenario de las luchas de reivindicación laboral ya que toda la comunidad participaba activamente o apoyaba las diferentes huelgas que se concretaban en el barrio²².

Quién hubiera imaginado, un siglo después y luego de una nefasta política económica, que Barracas inauguraría varias fábricas reconvertidas en viviendas de lujo donde tiempo antes habían estado hombres, mujeres y niños trabajando y organizando sus reclamos laborales.

Y similar a lo que se veía en el barrio de Palermo que, para cambiar la imagen de ciertos sectores, fue necesario agregarles calificativos a los nombres originarios incluso sustituyendo aquellos utilizados popularmente como se ha visto con “Pacífico” trocado por “Palermo Nuevo” y “Palermo Hollywood”, en el caso de Barracas también se hará lo mismo con las fábricas refuncionalizadas tratando de desterrar el pasado proletario que las identificaba. Las nuevas denominaciones las resignificarán. Así la ex fábrica textil Alpargatas se llamará “Molina Ciudad” que remite al artista plástico Molina Campos, que ilustró y dio fama a los almanaques de la empresa; la ex fábrica de galletitas Bagley se conocerá como “Moca”; la ex fábrica textil Piccaluga será “Condominio Barracas Central”, la ex fábrica de galletitas Canale se denominará “Palacio Lezama”; el edificio de la Compañía General de Fósforos y talleres gráficos de la Fabril Financiera se llamará “Central Park”²³ entre otros. Asimismo, para darles un aire más internacional comentará el diario La Nación en la sección Economía:

... el barrio cotiza en alza desde que proyectos de primera categoría apuntaron a las ex fábricas de galletitas, por lo que en un intento de darle un impulso desde el nombre -

²² En 1880, los obreros ferroviarios de los Talleres Sola organizaron una manifestación en la plaza Herrera. Luego continuó con los trabajadores de una carpintería mecánica (la de Trigge y Cia.) a la que se plegaron carpinteros de mueblerías y aserraderos quienes se concentraron por centenares en un café de la calle Montes de Oca –arteria principal del barrio-. En 1906, el personal de la Compañía General de Fósforos (actualmente la fábrica está convertida en vivienda de lujo) suspendió sus actividades ante un reclamo salarial. El paro se extendió a otra fábrica localizada en Barracas involucrando a más de dos mil obreros. (Marotta; 1950: 51) También fue escenario, en esa misma época, de importantes huelgas femeninas: en el año 1896 en reclamo por un aumento salarial y reducción de la jornada (en la Fábrica Alpargatas hoy también reconvertida en vivienda en *lofts*) o la de 1901, con similares motivaciones frente a la implantación del trabajo nocturno. El crecimiento de las protestas y la necesidad de agremiación llevó a militantes socialistas a establecer la sede de la Unión Gremial Femenina ya que Barracas contaba con una importante cantidad de mujeres obreras (dos fábricas ocupaban más de 800 operarias) de las cuales, muchas, residían en la zona.

²³ Allí compró un *loft* el pintor Pérez Celis, que decoró el frente del edificio con sus pinturas (Diario *Clarín* 07/09/2012)

igual que a Palermo Hollywood- ahora se lo llama "Barracas dulce" o -mejor- "Barracas Sweet" (Conde, 2005)

Estos emprendimientos promocionarán una tipología de vivienda de vanguardia: el *loft* que nace en Nueva York de la mano del artista Andy Warhol, en la década de los sesenta. Es en los barrios industriales donde irrumpe este nuevo estilo de vida, trabajo, arte. Grupos de intelectuales del entorno de Warhol comienzan a ocupar y alquilar a precios muy bajos inmuebles fabriles en desuso. En el *loft* no solo se vive, sino que se produce, se estudia, se festeja. Sin divisiones interiores, el mobiliario adquirirá protagonismo presentando un espacio flexible lo más libre posible. Representa la idea del cambio constante y el fin de los límites. No solamente los físicos, sino también los sociales acorde con esa época.

La apropiación que hacen las clases altas norteamericanas de esta novedosa forma de habitar es sesgada. Se convierte de esta forma en una tipología "de moda". Deja de ser "*Factory*"²⁴ para pasar a ser un objeto de culto y lujo. Todo lo que proponía el *loft* como forma de vivir y de relacionarse se modifica cuando se masifica.

El *loft* que se adopta en la ciudad de Buenos Aires en las fábricas refuncionalizadas tiene más que ver con la apropiación que ha hecho la clase alta neoyorkina que lo que proponían los padres del *Pop-Art*. Aquí es tomado como un lugar exclusivo y consagrado ya sea para un uso residencial y/o laboral destinado a un determinado tipo de usuario que, sin pertenecer al mundo del arte, posee un alto *standard* de vida.

Un final abierto. Algunas consideraciones

La ciudad de Buenos Aires y sus alrededores han sufrido una reconfiguración territorial con el cambio del milenio. La reestructuración socioeconómica del país y su consecuente desindustrialización dejó sin actividad productiva a zonas fabriles. En un principio, algunos edificios industriales vacíos fueron demolidos y sustituidos por mega obras: *shoppings*, torres *countries*, etc. ya que aquel tipo de construcción se asociaba a un ámbito de trabajo de raigambre obrera. Luego, se vio la posibilidad de reconvertir esos espacios fabriles conservando sus muros, la chimenea o aquellos detalles que lo hacían valioso como ejemplo de arquitectura industrial. En realidad era un ardid que simulaba respetar la memoria histórica de la comunidad local. Porque fueron los inversores privados quienes vieron en estas intervenciones un importante negocio inmobiliario bajo el barniz de la puesta en valor de un

²⁴"Factory" en alusión a que era un ámbito de producción. No ya producción industrial (como solía ser ese mismo espacio), sino artística. (Abalos, 2002)

legado del pasado. Las fábricas refuncionalizadas como viviendas de lujo –similar a las torres *countries*- ofrecían la ventaja de vivir entre iguales, con un equipamiento que les permitía ser autosuficientes. Asimismo los muros los protegían y quedaban aislados de los peligros y la violencia urbana dentro de un edificio que poseía historia e identidad²⁵. O sea, la intención era promover una forma original y exclusiva de residir en la ciudad. El espacio industrial por su alta flexibilidad posibilitará el diseño de una tipología que se desarrolla en amplios ambientes sin divisiones internas. Vivir en un *loft* otorga distinción por su cosmopolitismo y porque porta, *per se*, una consagración internacional.

Las fábricas reconvertidas en viviendas de lujo agudizarán los contrastes sociales que se manifiestan en una clara división entre los usuarios de esos nuevos espacios, que nada tiene que ver con el pasado local, y los antiguos vecinos, que quedan excluidos del edificio que tanto significó en sus vidas frente a la gente que ahora lo habita y lo disfruta sin interesarse por lo que sucede en su alrededor ni vincularse con el exterior. Se forman, de esta manera, compartimentos estancos, archipiélagos urbanos de grupos socialmente homogéneos que arriban al lugar y no se relacionan con el entorno. Con estos ejemplos, la ciudad, en general y el barrio, en particular, pierden la posibilidad de ser ámbitos de integración de personas y clases.

Bibliografía consultada

- Abalos, Iñaki. (2002). *La buena vida: Visita guiada a las casas de la modernidad*. Barcelona: Gigli
- Altman, Irwin y Ervin Zube (1989): *Public Places and Spaces*. New York: Human Behavior and Environment. Plenum Pressw.
- Ariovich, Laura (1996) “Sectores medios, movilidad social descendente y consumo en los shoppings (estudio de caso)”. *Informe final beca de estudiante*. IGG-FCS-UBA
- Anzaldúa Arce, Raúl (2007) “Identidad-Alteridad. Reflexiones sobre fronteras imaginarias en la construcción de la identidad.” En: Chale, Pedro y Varguez Pasos, Luis (editores) *Sociedad y cultura: las múltiples caras de sus fronteras*. Universidad Autónoma de Yucatán- Arizona State University.
- Bauman, Zygmunt. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

²⁵ Decía un desarrollador “...Con nuestro equipo buscamos edificios especiales, que tengan alma, historia (...) Y apenas vimos éste (se refiere a la ex fábrica Alpargatas) nos encantó. Es muy particular: tiene mucha fuerza y solidez, además de la impronta de su pasado.” de Vedia, Maria. (2012, agosto 4).

- García Bravo, Haydeé (1997): Comunicación, vida cotidiana e identidades urbanas en S.L.P., en tiempos de globalización. *Revista Electrónica Razón y Palabra*. Julio
- García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo. México, 1995
- Giménez, Gilberto (1992): La identidad social o el retorno al sujeto en sociología” En *Versión* N° 2 enero-abril
- Harvey David (1985): *Urbanismo y Desigualdad social*. Madrid: Siglo XXI.
- Kéller, Suzzane (1975): *El vecindario urbano. Una perspectiva sociológica*. Siglo XXI Editores. Madrid.
- Ladizesky, Julio (1993): “Arquitectura del espacio social”. *Revista de la Sociedad Central de Arquitectos* N° 162. Buenos Aires.
- Lupano, María Marta, Purriños, Jorge y Falabella, Federico (2014): “Patrimonio industrial, refuncionalización y reconversión inmobiliaria en la ciudad de Buenos Aires. Su costo social” *Revista electrónica Revista HISBA* www.revistahisba.com.ar
- Marotta, Sebastián (1960): *El movimiento sindical argentino*. Buenos Aires. Ediciones Lacio.
- Muñoz, Manuel (2014) “Transformación de un barrio. Cervecería Palermo/Alto Palermo Shopping”. *Revista electrónica Revista HISBA* www.revistahisba.com.ar
- Ortiz, Renato (1996) *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Serulnicoff, Gabriel. (2009). *La huelga de los conventillos de Pompeya. Lucha obrera en la textil Gratra en 1936*. Buenos Aires: Grupo de Investigación Histórica de Nueva Pompeya.

Periódicos consultados:

Clarín Economía 16/6/97; Clarín 07/09/2012

La Nación Propiedades, 05/07/97; La Nación 7 /9/98; La Nación 16/7/2005; La Nación Economía 30/11/2005

La Prensa 3/10/95

Páginas web:

Conde, Paula (2008, Abril 15). “Las propiedades de Barracas aumentaron 50% en tres años”. En La Razón. <http://edant.larazon.com.ar/notas/2008/04/14/01650799.html>. Consultado 30/07/14.

Criscuolo, Eduardo. (2005, agosto). Esquina de la memoria: Tributo a la Grafa. En *Periódico El barrio*. Año 7, n° 77. <http://www.periodicoelbarrio.com.ar/auxagosto2005>. Consultado 12/08/14

de Vedia, Maria. (2012, agosto 4). Un gigante que vuelve a la vida. En *La Nación*.
<http://www.lanacion.com.ar/1496012-un-gigante-que-vuelve-a-la-vida> Consultado 28/07/14

Gargiulo, Juan. (2012, noviembre 10). “Recuerdos de Mi Barrio”. En Mi Belgrano
<http://www.mibelgrano.com.ar/recuerdosdemibarrío.htm> Consultado 27/08/14.

Guerín, Ana Isabel. (2012 septiembre 13). “Urbanismo: hubo fábricas: habrá lofts”. En Diario Z de la ciudad de Buenos Aires. <http://www.diarioz.com.ar/#/nota/urbanismo-hubo-fabricas-habra-lofts-2190/> Consultado 28/09/13

Levy, Alan. (2009, octubre). “De la menta a la mente”. En Periódico El barrio. Año 11, N.º 127. <http://www.periodicoelbarrio.com.ar/auxoctubre2009>. Consultado 18/08/14