

# El rol del Centro Metropolitano de Diseño en el proceso de patrimonialización de Barracas (Ciudad de Buenos Aires)

**Silvia Hernández**

Máster en Estudios Interdisciplinarios de la Subjetividad por la  
Universidad de Buenos Aires.

Facultad de Filosofía y Letras y Facultad de Ciencias Sociales, Universidad  
de Buenos Aires. Argentina.

E-mail: [silhernandez@gmail.com](mailto:silhernandez@gmail.com)

**Fecha de recepción: 13/11/2016**

**Aceptación final del artículo: 19/05/2017**

*El artículo analiza el rol del Centro Metropolitano de Diseño (CMD; Barracas, CABA) - inaugurado en 2001 y núcleo del Distrito de Diseño (DD) desde su creación en 2013- como actor central del proceso de patrimonialización y cambio de imagen de sudoeste de Barracas, un antiguo barrio industrial del sur de la ciudad. A partir de documentos de la institución, artículos periodísticos y observaciones de campo relativos a intervenciones de arte en el espacio urbano y de eventos destinados a todo público impulsadas por el CMD-DD o en las que éste participa, este artículo muestra, desde un enfoque comunicacional, cómo el recurso al diseño, al arte público y al patrimonio industrial permite construir una imagen del sudoeste del barrio (hasta entonces considerada "gris" y "olvidada") como un área con valor patrimonial y cultural, así como poner en circulación representaciones despolitizadas de la vida pública, de la historia barrial y de la transformación urbana, dejando al margen toda discusión política acerca de los fundamentos y los efectos de las transformaciones. Tras recorrer aspectos de la historia del barrio en general y del CMD-DD en particular, el análisis aborda cinco ejes de representaciones ideológicas para extraer de ellas sus implicancias urbanas y políticas: la continuidad natural entre pasado y presente; el diseño como dador de sentido a áreas urbanas degradadas u obsoletas; los diseñadores como los actores principales de una épica refundacional; los "vecinos" como los sujetos interpelados a protagonizar la "revitalización" del barrio; y la tensión entre el "patrimonio" definido como lo típico y como lo excepcional.*

**Palabras clave:** *distritos económicos; arte urbano; patrimonio; recualificación urbana; economía creativa.*

## The role of Metropolitan Design Center in the patrimonialization process of Barracas (Buenos Aires City)

*The article analyzes the role of the Metropolitan Design Center (CMD; Barracas, CABA) inaugurated in 2001 and nowadays heart of the Design District created in 2013, as a main actor in the heritagization and the change of image of Barracas, an ancient industrial district in the south of the city. By analyzing brochures, newspaper articles, and observation from fieldwork related to street art interventions and events destined to all public promoted by the CMD-DD or in which it participates (such as Gallery Nights) from a communication approach, this article shows how the use of design, street art and industrial heritage contributes to the construction of an image of the southwest part of the neighborhood (until then considered "grey" and "forgotten") as a historic and attractive area. It shows also the imbrication between these representations and the circulation of depoliticized representations of public life, of neighborhood history and of urban transformation, which leaves aside any political discussion about the foundations and effects of urban change.*

*After highlighting some relevant aspects of Barracas and CMD-DD's history, the analysis addresses five axes of ideological representations to extract from them their urban and political implications: the natural continuity between past and present; design as discipline capable of giving meaning to degraded or obsolete urban areas; designers as the main actors of a refoundational epic; 'neighbors' as the name of the subjects interpellated to lead the 'revitalization' of the neighborhood; and the tension between 'urban heritage' defined as something typical and as something exceptional.*

**Key word:** *economic districts; heritage; street art; urban regeneration; creative economy.*

Los distritos productivos o clusters<sup>1</sup> son corrientemente analizados desde el punto de vista de sus efectos económicos o de su rol en estrategias de competitividad entre ciudades. Sin embargo, los efectos de estas "divisiones de la ciudad" (Topalov, 2002) no se limitan a sus objetivos ligados a la promoción de alguna rama productiva a través de su concentración geográfica. Tal es el caso del Centro Metropolitano de Diseño (CMD), núcleo, a partir de 2013, de del Distrito de Diseño (DD) en el barrio de Barracas, Ciudad de Buenos Aires. La tesis principal de este artículo es que, más allá del estímulo a la industria del diseño, el CMD-DD constituye un actor central en el cambio de imagen y la patrimonialización del sudoeste de Barracas.<sup>2</sup> El análisis muestra que la construcción por parte de este actor de una imagen del sudoeste del barrio (hasta entonces considerado "gris" y "olvidada"<sup>3</sup>) como un área con valor patrimonial y cultural se realiza

<sup>1</sup> Los conceptos de "distrito" y "cluster" son objeto de múltiples debates, así como de desplazamientos en el tiempo. Para más referencias, cf. Catalán et al., 2011; Graham et al., 2001 así como los demás artículos que componen este dossier.

<sup>2</sup> Este proceso se inserta en uno más amplio de patrimonialización de Barracas, al cual dedico mi tesis doctoral en curso, titulada Los 'vecinos' y el 'patrimonio'. Un análisis del proceso de patrimonialización del barrio de Barracas (Buenos Aires, Argentina, 2003-2013), dirigida por Natalia Romé y Sylvie Tissot.

<sup>3</sup> Empleo las comillas para referir a las categorías nativas.

especialmente mediante el recurso al diseño, al arte público y al patrimonio industrial, a través de los cuales se seleccionan algunos rasgos del lugar, se generan otros nuevos, y se produce una identidad de la zona, que funciona como su valor diferencial.

Si bien el peso del arte y del patrimonio en procesos contemporáneos de cambio urbano -especialmente de gentrificación- ha sido ampliamente estudiado (Carman, 2006; Deutsche y Gendel Ryan, 1984; Rousseau, 2010; Tissot, 2010; Zukin, 1995; Zunino Singh, 2006), este análisis da cuenta de una intervención que no está impulsada por actores ligados al campo del arte, ni por residentes dispuestos a invertir su capital cultural en la producción de formas de distinción, ni por institutos de gobierno especializados en áreas de cultura, sino por una institución gubernamental dependiente del Ministerio de Desarrollo Económico.

El CMD es una institución creada por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en 1999 e instalada en 2001 en el ex-Mercado Abastecedor de Pescado, un antiguo edificio refuncionalizado ubicado en Villarino 2498. Este sector, al sudoeste del barrio, que los locales denominan "Barracas al fondo", se caracteriza por una baja densidad poblacional, por una menor actividad inmobiliaria que otras zonas del barrio, por la presencia de talleres y depósitos, por la cercanía de la villa 21-24 y del Riachuelo, y por las restricciones a la construcción en altura (Scillamá, 2014).

Si bien ya en los primeros momentos del CMD se explicitaban como objetivos tanto el estímulo a la actividad industrial del diseño, como la "revitalización del sur" y la promoción del patrimonio,<sup>4</sup> estas orientaciones se profundizarían con la política de distritos económicos. El CMD devino el corazón del Distrito de Diseño creado en 2013<sup>5</sup>, en el marco de una política más amplia de distritos económicos impulsada por el partido gobernante, PRO, principalmente en el sur de la ciudad.<sup>6</sup> El DD es un área con beneficios fiscales y líneas de crédito especiales para empresas del rubro<sup>7</sup> y para inversores inmobiliarios, dependiente del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología<sup>8</sup> del Gobierno de la Ciudad (GCABA). De acuerdo con la ley

---

<sup>4</sup> En palabras de uno de los jurados del concurso de reciclado, Federico Faivre, de la Sociedad Central de Arquitectos (SCA): "Uno de los objetivos principales es reactivar la industria de la ciudad mediante el uso del diseño como herramienta competitiva para el desarrollo de productos con identidad nacional. [...] También se procura la revitalización del sur de la ciudad. [...] Por otra parte, se busca recuperar un edificio con valor patrimonial, porque su origen se remonta a 1928 y está dentro del área de protección cautelar." ("Ciudad con diseño propio", Sección Arquitectura, La Nación, 27/02/02)

<sup>5</sup> Ley N° 4761 del 14/11/2013: "Se crea el Distrito de Diseño" (B.O. N° 4315, 10/01/14)

<sup>6</sup> En Buenos Aires existen actualmente cuatro distritos ligados a la cultura y la innovación tecnológica: el Tecnológico (2008, Parque Patricios), el Audiovisual (2011, en Chacarita, Villa Ortúzar, Paternal, Palermo y Colegiales), el de las Artes (2012, La Boca), y el de Diseño. A ellos se suma el de Deporte, que promueve la industria deportiva, creado en 2014 en Villa Lugano, Villa Soldati y Villa Riachuelo. El Audiovisual es el único que no se encuentra en el sur, dado que se creó donde se habían concentrado previamente empresas del rubro.

<sup>7</sup> Abarca: textiles, alfombras, valijas y bolsos, calzados, joyas, relojes, anteojos, artefactos domésticos y electrodomésticos, muebles, colchones, artefactos de iluminación, productos de bazar y vajilla, y juegos y juguetes.

<sup>8</sup> Hasta diciembre de 2015, el CMD y los distritos dependían del Ministerio de Desarrollo Económico, rebautizado en diciembre de 2015 como Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología.

de creación, el gobierno se compromete a invertir en infraestructura y seguridad dentro de su perímetro.

Se adopta un enfoque comunicacional dedicado al estudio de la producción social de significaciones (Caletti, 2002), perspectiva que aporta a los estudios urbanos, en tanto permite analizar los modos en que la estetización del paisaje industrial y la interpelación a la comunidad local como un conjunto de “vecinos” aislados llamados a “protagonizar” el embellecimiento urbano se imbrican con la puesta en circulación de representaciones despolitizadas de la vida pública, de la historia barrial y de la transformación urbana, dejando al margen toda discusión política acerca de los fundamentos y los efectos de las transformaciones.

El estudio se realizó sobre una base documental compuesta por folletos, afiches, artículos de prensa, sitios de Internet y perfiles de redes sociales, complementada en algunos casos por observación de campo, focalizando en intervenciones en espacios urbanos y en eventos destinados al público en general organizados por el CMD-DD o donde éste participa activamente, los cuales son presentados por la institución como aportes al fortalecimiento comunitario y a la mejora urbana del barrio. Se trabajó sobre documentos las siguientes intervenciones: la edición 2011 de la muestra de arquitectura, paisajismo y decoración Casa FOA realizada en el CMD,<sup>9</sup> el Festival Internacional de Diseño (FID) de 2011;<sup>10</sup> el encuentro internacional de arte callejero Meeting of styles (2012); el Programa de Responsabilidad Social Empresaria de Sullair dedicado a la promoción del arte urbano en la zona; las dos ediciones (2014 y 2015) de los concursos para la renovación de fachadas de comercios del Boulevard Iriarte; el concurso lanzado en 2014 por el CMD para intervenir el bajo-autopista a la altura de dicho Boulevard; los murales realizados en el bajo-autopista a la altura de Benito Quinquela Martín por una cátedra de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires (FADU-UBA) en 2015; el concurso de proyectos para la intervención lumínica de la Basílica del Sagrado Corazón ese mismo año; la exposición de arquitectura modernista “Mirar Barracas” de 2014; la Noche de los Museos de 2015 y la edición simultánea del festival de arquitectura y urbanismo Open House.<sup>11</sup> Asimismo, se recurrió a otros documentos complementarios, como materiales de archivo, notas periodísticas sobre el CMD-DD, legislación y un anuario publicado a diez años de la inauguración del CMD (Becerra et al., 2013).

El artículo aborda primeramente algunos aspectos históricos y urbanos de Barracas, luego puntualiza aspectos de la historia del CMD-DD, haciendo hincapié en uno de los aspectos de la patrimonialización: la del propio edificio del ex Mercado del Pescado. En tercer lugar, se analizan cinco grupos de representaciones para dar cuenta de las concepciones implícitas de ciudad y de

---

<sup>9</sup> Para un análisis detallado del lugar de Casa FOA en la patrimonialización de Barracas, cf. Hernández (2015a).

<sup>10</sup> El FID es un encuentro anual que convoca a actores de la industria del diseño así como al público en general, donde se ofrecen conferencias, exposiciones, talleres, y otras actividades ligadas al rubro. Tiene como antecedente las jornadas “Negocios del Diseño en Buenos Aires” realizadas desde 2002 e impulsadas por el CMD.

<sup>11</sup> Open House se realiza en más de treinta ciudades en todo el mundo, y en Buenos Aires tiene lugar desde 2013. Consiste en la apertura al público durante un fin de semana de edificios valorados desde el punto de vista arquitectónico. Como parte de la programación, incluye recorridos guiados a pie y en bicicleta, concursos de fotografía, etc. Una de sus particularidades es que está basado en la participación de voluntarios que offician como guías.

espacio público, de las imágenes del pasado, el presente y el futuro del barrio, del lugar otorgado al diseño, la cultura y el patrimonio en la vida pública y en el espacio urbano, y de los sujetos a los que se interpela. Este análisis permitirá afirmar que la cultura, la creatividad y el patrimonio constituyen operadores ideológicos<sup>12</sup> centrales del cambio de imagen de una de las zonas más alejadas de Barracas, inserta en una recualificación del barrio más amplia,<sup>13</sup> que procura favorecer la llegada de inversión privada y de grupos sociales de alto capital cultural.

### **Aspectos históricos y urbanos de Barracas**

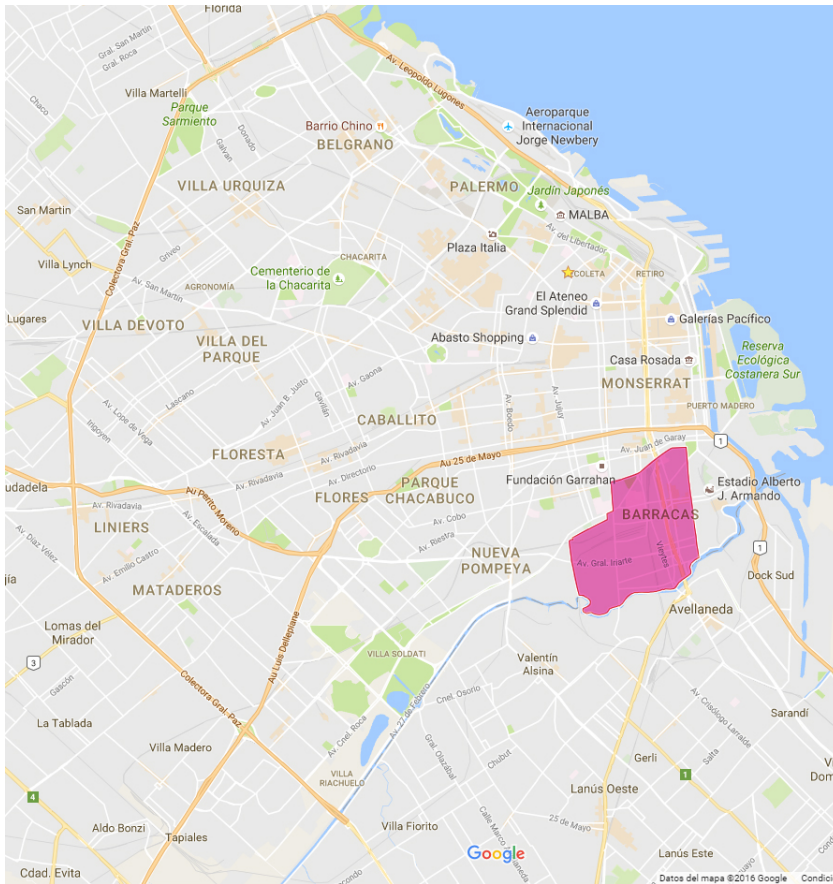
Barracas es uno de los barrios más antiguos de la ciudad, sede de los primeros asentamientos coloniales desde el desembarco de Pedro de Mendoza en 1536. Su nombre, proveniente de los grandes galpones destinados al depósito de frutas y mercancías existentes en la orilla del Riachuelo desde comienzos del siglo XVIII, fue oficializado en 1853 con la creación del Juzgado de Paz de Barracas al Norte, y el área se incorporó a la Capital Federal en 1887.

FIGURA 1. Ubicación del barrio de Barracas en la ciudad de Buenos Aires.

---

<sup>12</sup> Retomo el concepto de “ideología” de Althusser (1967; 1984), quien la define como el sistema de representaciones, imágenes, etc. donde se representa la relación imaginaria que los sujetos tienen con sus condiciones reales de existencia. La ideología, en tanto proceso de producción de dos tipos de evidencia: la evidencia del sujeto y la evidencia del significado (Pêcheux, 1975), funciona como un dispositivo de reconocimiento (de esas evidencias) y de desconocimiento (del proceso por el cual ellas se nos aparecen con toda “naturalidad”). Así entendida, la ideología no es un velo que oculta la realidad, sino un proceso simbólico-imaginario de representación que tiene como rasgo principal el borramiento de sus propias huellas.

<sup>13</sup> Con “recualificación” aludo a un proceso amplio de intervención sobre un área obsoleta, despoblada o degradada, que puede implicar cambios urbanos (rehabilitación y renovación edilicia; mejora y creación de infraestructura), sociales (atracción de nuevos residentes, consumidores y profesionales), económicos (transformaciones en los usos del suelo), político-administrativos (cambios de normativa, establecimiento de dependencias gubernamentales), y simbólicos (cambio de imagen).



Fuente: Elaboración propia.

El frente costero se contraponía en el siglo XIX con una zona más acomodada, cercana a la actual estación Constitución, donde se concentraban quintas y mansiones de hacendados, comerciantes y notables, en su mayoría hoy desaparecidas. Este área es aún hoy la más valorizada y densa del barrio, dada su cercanía al centro de la ciudad. Aquel Barracas señorial tocó su fin con las epidemias de cólera y de fiebre amarilla que azotaron la ciudad alrededor de 1870: las clases pudientes se mudaron hacia el norte y en el sur se asentaron los contingentes de inmigrantes recién venidos de Europa.

Desde el siglo XIX, Barracas tuvo un fuerte desarrollo portuario e industrial, que se profundizó durante el período de industrialización por sustitución de importaciones iniciada tras la crisis internacional de 1929. Una de las características de Barracas, a diferencia de otros barrios industriales del sur era –y sigue siendo– el gran tamaño de sus establecimientos fabriles (Álvarez de Celis, 2003), algunos de los cuales fueron escenario de importantes huelgas durante el siglo XX (Mitidieri, 2012).

La vitalidad urbana provista por el empleo masivo de trabajadores en las fábricas se vio diezmada por transformación radical de la estructura productiva nacional puesta en marcha por la última dictadura (1976-1983), por la cual la valorización financiera del capital se convertiría en el eje organizador de la economía (Basualdo, 2006). La caída de la rentabilidad de la actividad manufacturera, la apertura de importaciones y también de la normativa que obligaba a los grandes

establecimientos a mudarse fuera de la ciudad, determinaría el cierre de parte de los establecimientos fabriles en Barracas. Asimismo, con la tendencia a la concentración y extranjerización económicas de la década de 1990, varias de las empresas aún radicadas en el barrio serían adquiridas por corporaciones multinacionales y luego vendidas, cerradas o deslocalizadas, quedando sus edificios desafectados. En razón de estas transformaciones, que determinaron a su vez la caída de la actividad comercial (Álvarez de Celis, 2003), desde mediados de la década de 1970 la actividad económica en Barracas se redujo significativamente. En términos territoriales, la estructura actual de Barracas es fragmentaria en razón de la presencia de equipamientos como los hospitales neuropsiquiátricos, de grandes parcelas destinadas a industrias, depósitos y playas de transporte, y de la infraestructura ferroviaria que lo surca. La construcción de la autopista sobre la avenida 9 de Julio Sur iniciada en la dictadura reforzó esta fragmentación.

En términos socioeconómicos, los datos en materia habitacional muestran, para la Comuna 4,<sup>14</sup> condiciones de mayor precariedad en la tenencia y en el tipo de vivienda que en el resto de la ciudad. El censo de 2001 arrojaba que el 16,6% de los hogares de Barracas no cumplía con uno o más de los requerimientos mínimos que componen el indicador de necesidades básicas. En Barracas se encuentran la villa 21-24 (16.000 personas censadas en 2001 y 31.066 en 2010), el Núcleo Habitacional Transitorio Zavaleta (2900h en 2010) y la Villa 26 (636h) (Rodríguez, 2015), cuya población ha aumentado en las últimas décadas.

Desde la autonomización de la Ciudad de Buenos Aires en 1996, la “revitalización de sur”,<sup>15</sup> área históricamente desventajada respecto del norte, devino una consigna que, adoptando matices diferenciales según las gestiones, marca la política urbana. Distintos estímulos se han propuesto, especialmente orientados al desarrollo inmobiliario privado, como la reforma del Código de Planeamiento Urbano (2000) que establece un “Área de desarrollo prioritario” al sur de la avenida San Juan, o la creación de la Corporación Buenos Aires al Sur (2000), destinada a atraer inversiones privadas.<sup>16</sup> Con la llegada al gobierno de la Ciudad del PRO en 2007, la política de distritos económicos vinculada a las llamadas “industrias creativas”<sup>17</sup> aparecerá como una de las estrategias centrales por las cuales el gobierno local buscará mejorar la rentabilidad de la inversión inmobiliaria privada en el sur de la ciudad. Distintos investigadores coinciden en

---

<sup>14</sup> Abarca los barrios de La Boca, Barracas, Parque Patricios y Nueva Pompeya.

<sup>15</sup> La división norte/sur constituye desde hace décadas una par de categorías ideológicas que orientan de la disputa urbana, como ya lo mostrara Gorelik ([1998] 2010). Si bien no la destacaré con comillas en lo que sigue, cabe tener en cuenta este aspecto a lo largo del artículo.

<sup>16</sup> Para un desarrollo más amplio de la recualificación del sur de la ciudad, cf. Herzer, 2012.

<sup>17</sup> Retomando la definición de 1998 del Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS) del Reino Unido, el CMD las describe como “industrias de contenidos, que utilizan la creatividad y el capital intelectual como principales insumos. Incluyen actividades económicas que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios. Las Industrias Creativas de la Ciudad Buenos Aires contemplan los siguientes sectores: música (grabada y en vivo); editorial (libros y publicaciones periódicas); audiovisual (cine, video, radio y televisión); artes escénicas y visuales (teatro, danza, pintura, etc.); diseño (gráfico, interactivo, industrial, moda, etc.); software, videojuegos e Internet; arquitectura; publicidad; bibliotecas, archivos y museos.” (Citado por Bayardo, 2013:110). Véase el artículo citado para un estudio pormenorizado del desplazamiento de las políticas orientadas a las Industrias Culturales a las ligadas a las Industrias Creativas en torno de la llegada al gobierno de la ciudad del PRO.

que la recualificación de los barrios del sudeste se encuentra liderada por el gobierno local en un contexto marcado por el “empresarialismo urbano”,<sup>18</sup> lo cual permite pensar que redundará, más que en una creciente justicia urbana, en una valorización inmobiliaria selectiva comandada por los intereses del mercado (Di Virgilio y Guevara, 2013; Rodríguez, 2015).

Por otra parte, si bien el fuerte auge de la construcción y el mercado inmobiliario en la ciudad iniciado desde la salida de la crisis de la convertibilidad en 2003 no se manifestó en lo inmediato en Barracas, éste recibiría un número inédito de inversiones desde 2005 y con más fuerza desde 2007, cuando se agotaron los terrenos en los barrios más demandados o sus precios se encarecieron. Uno de los rasgos característicos del desarrollo inmobiliario en este barrio será la refuncionalización de antiguas fábricas como lofts u oficinas de categoría.<sup>19</sup> Sin embargo, esta recualificación de Barracas dista de ser un proceso homogéneo: los actores del Real Estate concentrarán sus inversiones en los sectores más valorizados por su cercanía al centro porteño, razón por la que es preciso detenerse en el rol determinante del CMD-DD en el cambio de imagen de la zona más alejada de Barracas.

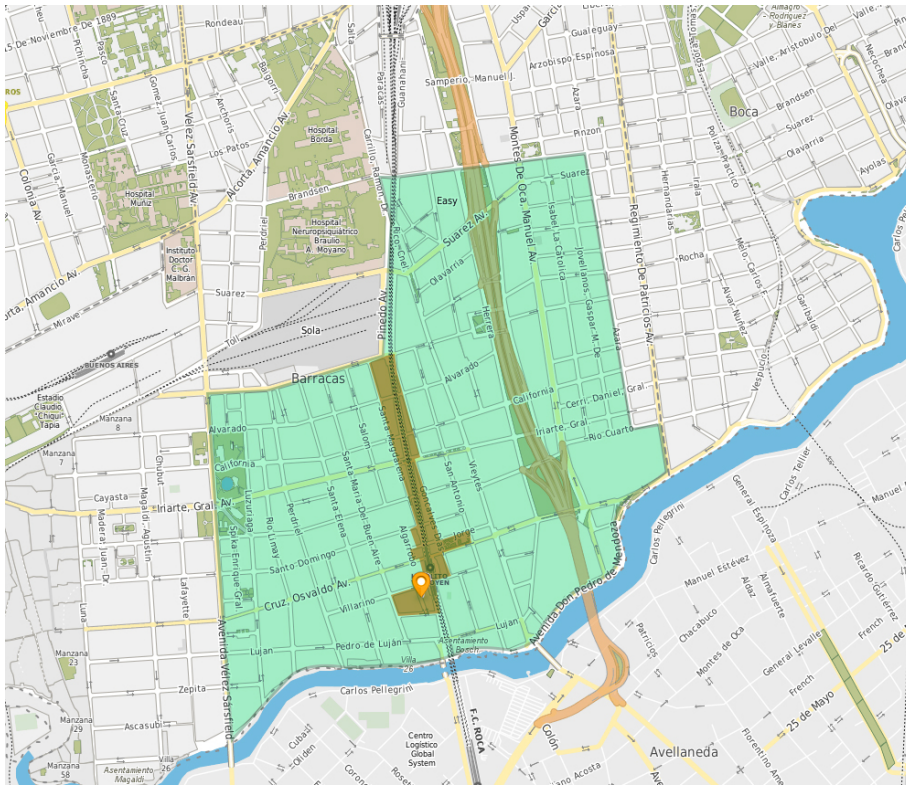
FIGURA 2. Ubicación del CMD, del Distrito de Diseño (área verde) y de la APH7 (área naranja).

---

<sup>18</sup> Según Harvey, “el empresarialismo urbano implica la asunción por parte del Estado de un rol activo en términos de promoción de la actividad económica, ya sea de manera independiente o de forma asociada con el capital privado, en la que la transformación del territorio juega un rol fundamental. Asimismo, el empresarialismo urbano es funcional a la lógica de acumulación de capital que tiene en el proceso de urbanización una palanca fundamental y un mecanismo efectivo para la absorción de excedentes de capital y trabajo” (Harvey citado por Di Virgilio y Guevara, 2013:31).

<sup>19</sup> Varios edificios industriales desafectados habían sido adquiridos en la década de 1990. Si bien algunos fueron tempranamente refuncionalizados, será recién luego de 2003 –y con más fuerza desde 2005, con la primera edición de Casa FOA en el barrio- que éstos comenzarán a aparecer como emblema de Barracas a través de la categoría de “patrimonio industrial”.





Fuente: Elaboración propia.

Cabe señalar además que, en el marco de este renovado interés por el sur, el barrio de Barracas empezó a estar cada vez más incluido en circuitos turísticos y culturales, y es objeto de un proceso de patrimonialización que incluye la declaración de Áreas de Protección Histórica, de Cafés Notables, la catalogación de inmuebles, entre otros (Hernández, 2015b).

**“Un emblema de modernidad implantado en un barrio olvidado”:<sup>20</sup> El CMD y el Distrito de Diseño**

Inaugurado en 1934, el Mercado del Pescado funcionó hasta 1983. Luego, el edificio fue set de filmaciones y objeto de diversos proyectos de reciclado y refuncionalización no concretados. En las refuncionalizaciones propuestas durante la década de 1980, que proponían generalmente la creación de entidades para la comunidad local,<sup>21</sup> el patrimonio no constituía un eje central, a diferencia de lo que veremos en seguida para el caso del CMD. A comienzos de la década de 1990, los proyectos para el edificio ya tendrían fines turístico-culturales, como se ve algunas iniciativas municipales, tampoco concretadas, como la Universidad del Tango o el Museo del Fútbol.

<sup>20</sup> Adrián Lebendiker, Ex-director general de Industrias Culturales y Diseño y primer director del CMD 2001-2007, en Becerra et al., 2013:131.

<sup>21</sup> Un ejemplo fue el proyecto de un equipo de arquitectos de FADU-UBA, dirigido por Jorge Slautsky, que, en 1985, proponía instalar allí un espacio de servicios comunitarios.

En 1999 el GCABA anunció finalmente las inversiones para un centro de moda y diseño en el ex-Mercado, y en 2001 se llamó a concurso para la primera etapa de refacción y remodelación. Ese año se inauguró un sector de oficinas y en 2002 se licitó la segunda etapa de refuncionalización, concretada al año siguiente. En 2010 se inauguró el edificio completo.

En 2002 comenzó a funcionar allí el CMD, una institución creada en 1999 para la promoción del diseño como industria estratégica.<sup>22</sup> El diseño aparecía, en el cambio de milenio, como una rama dinámica capaz de ofrecer soluciones a la recesión económica que eclosionó críticamente en 2001.<sup>23</sup> Esta promoción recibió un fuerte impulso en 2005, cuando, tras una campaña realizada desde el propio CMD, la UNESCO declaró a Buenos Aires como la primera “Ciudad de Diseño”<sup>24</sup> en el marco de su programa Red de Ciudades Creativas, al que luego se unirían otras ciudades del mundo.<sup>25</sup>

El CMD capacita en negocios y oficios, provee asesoramiento y consultoría técnica a empresas, realiza eventos sobre diseño, promueve la investigación y las publicaciones, etc. Alberga programas como la Incubadora de Empresas de Diseño, Turismo e Industrias Culturales, cinco escuelas de oficios, dos centros de investigación y la Subsecretaría de Economía Creativa y Comercio Exterior del Ministerio de Modernización, Innovación y Tecnología.<sup>26</sup> Desde el comienzo tuvo protagonismo en distintas actividades como el FID, realizado en 2006 y todos los años desde 2010.

En 2013, el CMD se convertiría en el corazón del flamante Distrito de Diseño. La política de distritos económicos desarrollada por el GCABA desde 2008 tiene como propósitos declarados el “reordenamiento de la trama productiva” porteña y la construcción de “nuevas centralidades” dentro de la ciudad, más específicamente, en el sur (Becerra et al., 2013), considerada una “zona de menor desarrollo”, un “entorno que requiere de una revitalización” (CMD, Folleto de la visita autoguiada para adultos, s/f). En la voz de sus propios promotores, los distritos son la “fórmula del éxito”:<sup>27</sup> aparecen como un instrumento de intervención urbanística

---

<sup>22</sup> Los esfuerzos por anclar este tipo de actividades productivas en las ciudades se vinculan con la necesidad del capital y de los poderes públicos de sostener la actividad económica dentro del espacio urbano, en un contexto donde otros sectores productivos, como la industria manufacturera, tienden a desintegrarse o se trasladan a la periferia urbana (Sequera, 2015).

<sup>23</sup> “Mantengo aún viva la sensación que se vivía aquel día en que inauguramos El Pescadito, primera etapa del proyecto en Barracas, 48 horas antes de la renuncia de De La Rúa. Un país que se abría en un abismo incierto y nosotros, en una suerte de refugio, inaugurando un espacio para el futuro, con el diseño, la innovación, y los nuevos emprendimientos como banderas de nuestro proyecto. En ese entonces el CMD era un sueño, soñado paso a paso, y donde cada etapa y cada programa estaban íntimamente ligados al proyecto y construcción del edificio, un emblema de modernidad implantado en un barrio olvidado.” (Adrián Lebendiker, Ex-director general de Industrias Culturales y Diseño y primer director del CMD 2001-2007, en Becerra et al., 2013:131)

<sup>24</sup> UNESCO describía a Buenos Aires de este modo: “Crisol de historias, pueblos y situaciones, la ciudad de Buenos Aires ha capturado la esencia de la diversidad y de la creatividad para desarrollar una de las industrias del diseño más sanas y más productivas del continente sudamericano.” (Fuente: UNESCO, 28/08/05, portal.unesco.org).

<sup>25</sup> El CMD participa además en la Red ICSID, red de organizaciones del Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial.

<sup>26</sup> Creada en 2007, con la llegada del PRO el Ejecutivo porteño. De ella dependen el CMD y la política de distritos productivos de la ciudad.

<sup>27</sup> Francisco Cabrera, por entonces Ministro de Desarrollo Económico de la Ciudad: “Buenos Aires,

que promete una solución a problemas sociales y urbanos que otras instituciones de gobierno no habrían podido revertir como, en el caso del sudoeste de Barracas, la degradación edilicia, la fragmentación territorial, la debilidad de los lazos comunitarios, la pobreza, entre otros.

Esta política se asienta sobre una doble presuposición: que las denominadas “industrias creativas” poseen una capacidad “revitalizadora” de fragmentos urbanos degradados en tanto son “generadoras de empleo de alta calidad” (CMD, Folleto de la visita autoguiada para adultos, s/f),<sup>28</sup> y que una de sus externalidades positivas es la generación y fortalecimiento de vínculos comunitarios:

No sólo promovemos industrias que concentren creatividad y talento -algo que otras ciudades han hecho-, sino que decidimos generar comunidad alrededor de ellas. Y así nacieron los distritos de Buenos Aires. Un distrito es pensar la ciudad como espacios temáticos en los que tiene lugar el desarrollo de una industria de alto valor y la mejora de un barrio postergado a partir de la sinergia público-privada. Como el área históricamente más relegada de la ciudad de Buenos Aires es el Sur, es ahí donde están tres de los cuatro distritos que tiene la ciudad. (Francisco Cabrera, por entonces Ministro de Desarrollo Económico: “Buenos Aires, talento y creatividad”, La Nación, Sección Ideas, 26/10/2012).

En esta política, los poderes públicos asumen la tarea de facilitar la llegada de actores del mercado inmobiliario, tal como lo afirmaba Carlos Piovano, por entonces Subsecretario de Inversiones del GCABA en el Salón Inmobiliario de 2009 organizado por La Nación:

La gestión de estos distritos se advierte desde la ciudad como una actividad compleja en la que debe articularse el trabajo del gobierno, como facilitador, con el de la industria que se quiere estimular; el de los vecinos; el del comercio de la zona, y el de la industria inmobiliaria como palanca de desarrollo. (“Proyectos porteños en el Salón”, La Nación, Sección Propiedades, 15/08/2009).

En este sentido, la ley de creación del Distrito de Diseño designa como “Promotor de Infraestructura para Actividades de Diseño” a quienes inviertan en la construcción, reforma o mejora en inmuebles orientados a las actividades promocionadas (Art. 2°), obteniendo ventajas fiscales. La ley contempla la posibilidad de que éstos desarrollen infraestructura independientemente de la empresa de destino, para luego ofertarla en el mercado.

A esta especialización territorial en términos económico-productivos subyace un concepto de planeamiento urbano que, a diferencia de la concepción de la planificación moderna (Corboz, 2015), asume una imagen fragmentada de la ciudad. Esto se complementa con la producción de imágenes y señas distintivas que hagan reconocibles y atractivos los fragmentos, cuestión que remite a lo que, desde la década de 1980, fue conociéndose como marketing territorial, por el cual

---

talento y creatividad”, La Nación, Sección Ideas, 26/10/12.

<sup>28</sup> Suele argumentarse que son fuertes generadoras de empleo y, también, suelen verse como más limpias que las industrias tradicionalmente fabriles, lo cual las legitima en tiempos donde la sustentabilidad ambiental se ha vuelto un imperativo.

las políticas locales culturales, urbanísticas o sociales pueden devenir ejes principales del desarrollo económico de una ciudad o región (Benko, 2000; Yúdice, 2002).<sup>29</sup> Ello se observa en las afirmaciones de Francisco Cabrera en la columna ya citada:

La base del éxito de una ciudad es su posicionamiento único y distintivo. (...) uno de los principales elementos para el posicionamiento de una ciudad es la construcción de una marca, que implica adherir a ella ciertos atributos diferenciadores que le agreguen valor. Una marca-ciudad logra materializar los intangibles -la creatividad, el capital humano-, capta los valores, el encanto local, y concentra sus ventajas competitivas bajo un concepto superador que le permite competir con otras ciudades, ya no por inversiones o turismo, sino por la atracción de talento. Lo que hoy se llama la "clase creativa". (...) Por tanto, a la hora de pensar políticas que desarrollen estas cualidades y sustenten una marca-ciudad que diferencie a Buenos Aires, coincidimos en una estrategia: fomentar aquellas industrias intensivas en conocimiento y que emplean alto valor agregado. Las industrias creativas, las del talento: la tecnología, la industria audiovisual, el arte y el diseño. (Francisco Cabrera, "Buenos Aires, talento y creatividad", La Nación, Sección Ideas, 26/10/2012).

En este marco, el patrimonio y el arte público serán vistos y utilizados como instrumentos en la creación de una imagen territorial destinada a atraer y retener profesionales, residentes e inversiones. En este sentido, cabe detenerse primero en la patrimonialización del propio edificio del CMD. A comienzos de los 2000, el edificio del ex Mercado del Pescado era valorado positivamente por su carácter "representativo" de la identidad de Barracas, especialmente de su pasado industrial. En la voz de sus promotores, su reciclado aparecía como un modo de restituir su carácter pintoresco al sur y se traslucía la suposición de que su "puesta en valor" como "patrimonio" por el gobierno local atraería inversores inmobiliarios y empresas.

"Este mercado fue una contribución muy importante al barrio, porque consolida la identidad barrial (Barracas ya tenía un perfil industrial) e inaugura un nuevo referente que le va a dar mayor actividad y mayor densidad de edificación. Es un referente de identidad para Barracas", asegura Jorge Tartarini, encargado de la investigación histórica y el estudio planimétrico del edificio. ("Reciclaje del ex Mercado del Pescado, en Barracas: El diseño tendrá casa propia", Página/12, Suplemento Metro Cuadrado, 24/03/2001).

El sur de la Capital es una de las zonas pintorescas que desde hace un tiempo es el centro de las miradas de algunos organismos y empresas, que intentan reciclarlo para que vuelva a tener el encanto de otras épocas. Pero

---

<sup>29</sup> El marketing territorial se expandió en Europa en la década de 1980, ampliando las técnicas tradicionales hacia la construcción de una imagen de los territorios por parte de los poderes públicos que pusiera de relieve sus "ventajas" y sus aspectos diferenciales respecto de otras comunidades vistas como competidoras (Benko, 2000). Cuando atraer y retener capitales, empresas y personas en los territorios aparece como un desafío, dadas las facilidades provistas por los sistemas de comunicación para su deslocalización, las "ventajas inmateriales" ligadas a las representaciones del lugar aparecen como un elemento decisivo.

indudablemente la obra pública, en principio, es la que motorizará el crecimiento para atraer al resto de los inversores. En su búsqueda por revitalizar la zona, el GCABA empezó de alguna manera con esta iniciativa; hace algunos años adquirió el predio donde funcionó el Mercado del Pescado [...]. “El lugar estaba muy deteriorado, pero conservaba su fachada histórica que reflejaba el paso del tiempo.” [...] Recorrer las calles del barrio representa un área de interés patrimonial, que a su vez ratifica el valor urbano y arquitectónico”, contó [uno de los arquitectos a cargo de la refuncionalización]. (“Obras para consolidar el sur”, La Nación, Sección Inmuebles Comerciales, 13/10/2003).

El antiguo Mercado posee un nivel de protección cautelar y forma parte, desde 2007, del Área de Protección Histórica N°7 “Ámbito Estación Hipólito Yrigoyen y Viaducto del Ferrocarril General Roca”. Este peso otorgado al patrimonio muestra un desplazamiento respecto de los alcances y la relevancia otorgada a lo patrimonial en épocas precedentes. El edificio que fuera calificado como “testimonio de un pasado pero [sin] demasiada importancia histórica” por Slautsky en 1985,<sup>30</sup> es considerado en la actualidad por los promotores del CMD como una “ciudad-usina creativa” basada en una “estética neo-industrial”, con una “fachada histórica”, implantada en un área con “valor patrimonial” (Becerra et al., 2013), aspectos que permiten proyectar dicha imagen hacia afuera del barrio y hacia otros grupos por fuera de los residentes.

Sin embargo, la patrimonialización del edificio es sólo un aspecto del lugar del CMD-DD en el cambio de imagen del sudoeste de Barracas. A continuación me concentraré en cinco ejes de representaciones movilizadas a través de las intervenciones y los eventos dirigidos al público en general, así como de notas periodísticas sobre el CMD-DD, para dar cuenta del lugar asignado a la cultura y al patrimonio en el cambio urbano y en la vida barrial y ciudadana.

### **Una continuidad natural entre el pasado fabril y el presente creativo**

“El CMD apunta a revitalizar la zona sur de la ciudad, retomando la identidad del barrio. El edificio transmite una estética industrial, de mercado, que hoy es utilizado por diseñadores que recorren sus calles capacitándose y fortaleciendo la cadena de valor de la industria del diseño”. (Francisco Cabrera durante la muestra de Casa FOA en el CMD, “El encuentro esperado, en Barracas”, La Nación, Sección Propiedades, 13/08/2011).

En un galpón digno de figurar en revistas de decoración hay gente que se dedica a gestar, con sigilo, “ideas productivas”. Así las llaman. Ideas que, por alguna gracia del destino, nacen, se desarrollan y crecen en el antiguo solar del Mercado de Pescado, emblema de la fertilidad productiva de otros tiempos. (“La fábrica de las ideas”, La Nación Revista, 13/05/2007).

En estos fragmentos se observa una operación ideológica que coloca al pasado fabril como fundamento de los nuevos usos ligados a las “industrias creativas”. El carácter “productivo” asignado al barrio emerge como la esencia del lugar permitiendo establecer una continuidad natural, no conflictiva, entre la producción

<sup>30</sup> “¿Una nueva casa para los viejos barrios porteños?”, Clarín, 30/06/1985.

manufacturera y la producción en base a los “talentos” y la “creatividad”, que se intenta instalar en la zona. Así, lo fabril queda definitivamente relegado a un tiempo pretérito, y lo “creativo” es asumido como hecho positivo y consumado.

¿Por qué en Barracas? Barracas tiene un rico pasado vinculado a la generación de empleo en nuestro país. Sede de la industria, que se ha retirado en los últimos 30 años por los cambios estructurales de la economía. El Distrito de Diseño tiene como objetivo revalorizar este legado, fertilizarlo a partir de la energía transformadora del diseño, que es hoy en día un creciente factor de competitividad y desarrollo económico a nivel mundial. (CMD, Folleto para visita autoguiada para adultos, s/f).

La revitalización del barrio de Barracas a través de la promoción del diseño se orienta a mantener el perfil industrial pero dotándolo de creatividad e innovación. (Becerra et al., 2013:24).

El concurso (de intervención lumínica de la Basílica del Sagrado Corazón) se enmarca en un plan de revitalización del sur de la Ciudad, que tiene al Distrito de Diseño en Barracas como centro de diálogo entre la tradición y la disciplina proyectual. (“El Distrito de Diseño convoca a intervenir con luz la Basílica del Sagrado Corazón de Jesús”, Arquimaster, 09/10/2015).

La desindustrialización y posterior reconversión de usos del suelo aparecen como procesos de “diálogo” armónico entre lo viejo y lo nuevo.

### **“Día a día el diseño continúa transformando las calles de Barracas”:<sup>31</sup> El diseño como creador de sentido urbano**

Una segunda operación ideológica remite al rol otorgado al diseño en la “revitalización” del sudoeste barraquense. Aquí, el diseño ya no aparece como una industria, sino como una disciplina apta para intervenir en la ciudad tanto como el urbanismo y la arquitectura, cuya especificidad radicaría en su capacidad de dotar de sentido a los espacios urbanos que carecerían de él o que lo habrían perdido. El pasado fabril, que aparecía antes como uno de los instrumentos de legitimación del emplazamiento del CMD-DD, emerge ahora como lo opuesto: un muro gris que es necesario cubrir con color. En 2015, una cátedra de la FADU-UBA realizó una “intervención gráfica” en el bajo-autopista a la altura de Benito Quinquela Martín.<sup>32</sup> El CMD presentaba esta intervención así:

El diseño se sigue expandiendo por las calles del Distrito. El bajo Autopista fue resignificado con la propuesta de intervención gráfica en espacios urbanos de

<sup>31</sup> GCABA, “Vení a descubrir Barracas”, buenosaires.gob.ar, 20/10/2015. Folleto de un circuito a pie de “Street Art” que propondría visitar los murales cercanos al CMD durante Open House.

<sup>32</sup> Cabe señalar que en Barracas, por años, los bajos de la autopista han sido largamente tenidos por lugares degradados y peligrosos. Por ejemplo, en 1998, se hablaba de su “recuperación” como un imperativo, y el director de AUSA, empresa concesionaria de la autopista, decía: “El deterioro que sufre ese lugar es terrible. Encontramos hasta asentamientos ilegales, había que tomar una decisión” (“Recuperarán los bajos de un tramo de la autopista 9 de Julio”, La Nación, 28/08/1998); había que “devolver esos espacios a la ciudad” que eran “juntaderos de basura y símbolos del abandono” (“Recuperaron espacios verdes bajo dos autopistas”, La Nación, 17/02/2000).

la Cátedra Longinotti de Morfología I de FADU-UBA. El objetivo del proyecto, ya logrado, fue “convertir el bajo Autopista en identidad, referencia y memorabilidad que hacen del espacio urbano una realidad significativa para el habitante”. Se relacionaron temáticas de diseño gráfico con el espacio público, potenciando la estética gráfica en diálogo con el urbanismo y la arquitectura. (...) Todas estas iniciativas poseen como principal función revitalizar espacios urbanos de Barracas con el fin de dejar una huella a partir del diseño y con la intervención de creadores y diseñadores artísticos. No solo contribuye a potenciar la identidad del barrio, sino también a llenarlo de vida. (CMD, “El diseño continúa transformando Barracas”, buenosaires.gob.ar, 13/10/2015).

El diseño aplicado al espacio urbano aparece como un dispositivo doble: hacia atrás, de interpretación de una idiosincrasia barrial que se presume como una entidad homogénea; hacia adelante, de revitalización espacial y mejoramiento comunitario a través de la creatividad y el color.<sup>33</sup> Su carácter contemporáneo aparece a su vez como capaz de dar una nueva identidad al barrio, tensionando la definición de patrimonio ligada a lo histórico y reafirmando la continuidad no problemática entre “lo viejo” y “lo nuevo”.

El color y el muralismo como operadores de la revitalización de un área aparecen en las palabras de Leandro Frizzera, director artístico del encuentro internacional de arte callejero Meeting of styles (2012) que convocó a casi cien artistas callejeros de diferentes países para pintar murales en los grandes paredones exteriores de playas de camiones, galpones y fábricas aledaños al CMD: “El aporte que [el festival] deja es poder exhibir nuestro trabajo dentro de un marco que es para todos. En este caso hay mucha gente que se está convocando para cambiarle totalmente la cara a un lugar que está completamente gris. (“Graffiteros y muralistas lucen su arte en un festival en Barracas”, La Razón, 22/11/2012).

Además del apoyo de los Ministerios de Ambiente y Espacio Público y de Cultura porteños,<sup>34</sup> el muralismo y graffiti reciben el sostén de empresas aledañas como Sullair (sponsor del Meeting of styles), cuyo Programa de Responsabilidad Social Empresaria promociona el arte urbano y reproduce la misma idea:

Crear un espacio más habitable, más humano. Que conecte a las personas con sus deseos. Pintar la aldea. Una declaración de principios. El resultado tiende puentes. El arte urbano mejora nuestro humor en el tránsito por las ciudades. Nos acompaña. Ideas y proyectos de artistas, en grandes paredes, que ahora son potentes vehículos de arte, de belleza, de mensajes, de imágenes y colores. Caminar acompañado de arte en bicicleta. Y disfrutar su compañía. Vecinos que vienen a ver tu casa pintada, que ahora sienten un poco de todos. (sullairargentina.com, s/f).

El muralismo es identificado como “diseño”: ni arte, ni graffiti, ni expresión de crítica social, aparece en cambio como una vía para embellecer la ciudad.<sup>35</sup> Esta

<sup>33</sup> Otros análisis han estudiado la relación entre color y cambio urbano. Cf. Carman (2006) y Lacarrieu et al. (2004).

<sup>34</sup> Ley Nº 4761/13: “Art. 29.- Área Prioritaria.- El Distrito de Diseño es área prioritaria para la implementación de proyectos piloto de intervención del espacio público a través del diseño.”

<sup>35</sup> Otro mural que cabe mencionar –que aunque no haya sido promovido por el CMD, se encuentra a escasos metros y es incluido en las visitas guiadas- es “El regreso de Quinquela” realizado en 2013 por Alfredo “Pelado” Segatori. Considerado el mural más grande de América Latina pintado por un

concepción se inscribe en una estrategia de realización de intervenciones urbanas superficiales, estéticas, en espacios degradados, ligadas a la creación de una marca-distrito para su promoción como lugar atractivo y único. Son presentadas como un beneficio la comunidad local, dejando de lado la discusión acerca de transformaciones dirigidas a las necesidades de los pobladores.

FIGURA 3. Mural en los paredones aledaños al CMD.



Fuente: Fotografía de la autora. Noviembre de 2015.

FIGURA 4. Vista del mural “El regreso de Quinquela”, de Alfredo Segatori.



Fuente: Fotografía de la autora. Noviembre de 2015.

solo artista, fue encargado por el GCABA y ACUMAR en un sitio donde residían familias en viviendas precarias que fueron relocalizadas, en el marco del plan de Saneamiento Ambiental de la Cuenca Matanza-Riachuelo.



FIGURA 5. Vista del mural “El regreso de Quinquela”, de Alfredo Segatori.



Fuente: Fotografía de la autora. Noviembre de 2015.

### **“En el Distrito de Diseño, los héroes son los diseñadores”:<sup>36</sup> Los “creativos” y la épica refundacional**

Un tercer eje de representaciones alude a los sujetos: muestra a los “diseñadores” y los “creativos” (designación que se extiende a los artistas callejeros cuando participan de actividades programadas de “embellecimiento urbano”) como los nuevos fundadores del barrio: si el barrio atraviesa, como dicen numerosas notas de prensa, un nuevo “renacimiento”, ellos son sus artífices.

En dos ediciones consecutivas, en 2014 y 2015, el CMD-DD llamó a diseñadores a renovar las fachadas de cuatro comercios del Boulevard Iriarte mediante el siguiente slogan que titula este apartado y con el hashtag #DiseñadoresABarracas, dando forma a una épica del arribo al barrio de la “clase creativa”.<sup>37</sup>

En los testimonios de los diseñadores seleccionados en el concurso, el diseño y el color aparecen como formas de regeneración de la ciudad, ligadas tanto a lo nuevo como a un pasado mítico. El pasado, envuelto en un halo nostálgico, aparece suscitado mediante imágenes sensoriales, en contraste con la falta de personalidad asignada a las modernas cadenas y comercios:

<sup>36</sup> Slogan del concurso de renovación de fachadas de comercios del Boulevard Iriarte (2014).

<sup>37</sup> El destinatario principal del CMD es, según sus propios promotores, la “clase creativa”, concepto acuñado por Richard Florida para designar a grupos que tienen en común un “ethos creativo” que valora “la creatividad, la individualidad, la diferencia y el mérito” (Scillamá, 2014: 152). Esta categoría aparece también en documentos oficiales del CMD remitiendo a los “emprendedores, diseñadores, empresarios y estudios de diseño” a quienes se orientan las actividades de capacitación, a diferencia de los “residentes del distrito” a quienes se dirigen los cursos de oficios para devenir mano de obra calificada (cf. “Fortalecimiento de la clase creativa”; Becerra et al., 2013:100).

Creemos que es un valor importante la antigüedad que posee [la Farmacia Iriarte], y que esto también actúa como diferencial con respecto a las grandes cadenas de farmacias nuevas. Tomamos como inspiración los antiguos frascos de farmacia y sus etiquetas, trabajamos en base a sus colores, ilustraciones, estructuras y tipografías. (CMD, "Barracas se sigue transformando con diseño", 09/09/2015).

Los diseñadores son construidos como los sujetos encargados de revitalizar ese espacio urbano que se concibe como gris y decaído, es decir, aquellos capaces de interpretar la idiosincrasia del barrio y devolverle a éste soluciones bellas.

FIGURA 6. Vitrina de un comercio sobre el Boulevard Iriarte con cartel de convocatoria a intervención.



Fuente: Fotografía de la autora. Agosto de 2015.

FIGURA 7. Kiosco intervenido sobre el Bvd. Iriarte.



Fuente: Fotografía de la autora. Agosto de 2015.

### **“Vení a pensar la ciudad en la que queremos vivir”:<sup>38</sup> Los “vecinos” como protagonistas del cambio urbano**

En las intervenciones y los eventos analizados existe otro sujeto de referencia por excelencia: el “vecino”, categoría genérica que designa e interpela ideológicamente (Althusser, 1984), en primer lugar, a los residentes del barrio, los cuales son concebidos como individuos y son llamados a “protagonizar” el cambio del área, participación por lo demás restringida a la elección de colores y formas sobre un espacio urbano estetizado y presentado como festivo y despojado de conflicto.

Un aspecto relevante es que esta interpelación a los sujetos como “vecinos” se apoya en la apropiación de fechas con valor simbólico local. Las instituciones barriales, como la Junta de Estudios Históricos, organizan anualmente festejos cada día de Barracas (30 de agosto). El CMD-DD realiza también actividades para la fecha, pero con un programa diferenciado, lo que revela la distancia entre lo que está en juego para unos y para otros, así como la no coincidencia de los públicos a los que se dirigen. Como efecto de sentido, las efemérides y celebraciones barriales reapropiadas por el CMD-DD refuerzan la mencionada “natural convergencia” entre lo viejo y lo nuevo.

En el caso de la renovación de fachadas de comercios, se afirmó: “Lo clásico se mezcla con el diseño de vanguardia: los locales del Boulevard Iriarte que se postularon para participar en la renovación de sus fachadas van a conocer a los diseñadores en el Día de Barracas” (CMD, “Renovación de comercios”, buenosaires.gob.ar, agosto de 2014). También ese año se convocó a los “vecinos” a optar entre las propuestas recibidas para la intervención en el bajo autopista de

<sup>38</sup> Slogan de la tercera edición del Festival Internacional de Diseño (2011), realizado en el CMD.

Iriarte. La elección participativa del proyecto ganador se realizaría el día de Barracas:

¿Sabías que podés participar en la elección de la obra artística que va a intervenir el paso Bajo Autopista 9 de Julio Sur e Iriarte? Diseñadores y arquitectos ya están trabajando en pensar propuestas que le den vida a la puerta de entrada del Distrito de Diseño. Imaginate graffitis, murales o un cambio de fachada que llene de color el arco: durante el Día de Barracas vas a poder votar el proyecto que más te gusta. (CMD, “Intervenciones de diseño en el Bajo Autopista”, buenosaires.gob.ar, s/f)<sup>39</sup>

En la tercera edición del FID (2011) -cuyo slogan titula este apartado- se convocaba a los “vecinos” a “ver y pensar la ciudad de un modo creativo” (La Nación, 29/10/2011).

Ese lugar se transformará en una usina de ideas, que albergará la elaboración de proyectos donde el diseño pretende ser protagonista en cada detalle, en cada esquina y en la vida cotidiana de las personas. Quienes asistan podrán reunirse a charlar y decidir cómo es la ciudad en la que quieren vivir, y sus ideas serán utilizadas como disparadores de workshops guiados por profesionales. “Serán tres días en los que los vecinos, estudiantes y profesionales podrán pensar la ciudad del futuro y cómo ponerla en marcha a través de las distintas disciplinas del diseño. Lo urbano, lo ambiental, lo funcional, el mejor uso del espacio público, la movilidad, todo eso y más es lo que nos interesará pensar con el público y mostrarles soluciones a través del diseño”, comentó Cabrera. (“Invitan a pensar qué ciudad se prefiere”, La Nación, Información general, 28/10/2011).

Aquí, un festival de diseño no sólo colocaba al diseño en pie de igualdad con el urbanismo y la arquitectura, como se vio anteriormente, sino que se lo presentaba además como una instancia de participación ciudadana.

Existe otra interpelación al “vecino”, que ya no apunta al supuesto residente local, sino a un “vos” genérico que se invita a venir a conocer el sur desde otras zonas de la ciudad.<sup>40</sup> El fin de semana del 31 de octubre de 2015 se realizaron la Noche de los Museos y la segunda edición porteña de Buenos Aires Open House. Para ambos eventos, el CMD-DD desplegó una importante campaña de promoción de Barracas bajo el slogan “Barracas tiene ese no sabía qué”, asumiendo al barrio como desconocido al tiempo que digno de ser visitado: “El 31 de octubre conocí el barrio del sur de la Ciudad. Historia, diseño, arquitectura y cultura se conjugan en un solo día. Vení a conocer los rincones más interesantes del Distrito de Diseño, que aún no conocés.” (GCABA, “Vení a descubrir Barracas”, buenosaires.gob.ar, 20/10/2015). En esta ocasión, aparece una nueva apropiación por el CMD-DD ya no de las fechas, sino de espacios tradicionales como algunos cafés (previamente declarados “Notables” por la Legislatura porteña), que ya no aparecen como

<sup>39</sup> El ganador fue Pedro Perelman, que realizó en febrero de 2015 el mural “La piel de la historia”.

<sup>40</sup> Se trata de una interpelación similar a la que pone en juego en general la gestión del PRO hacia la ciudadanía. Acerca de las implicancias políticas de la interpelación genérica como “vecinos” en la Ciudad de Buenos Aires, cf. Hernández (2014).

propios del barrio, sino del Distrito. Tras mencionar los recorridos de visita, se sugería:

Para recargar energías podés pasar por La Flor de Barracas, Bar Los Laureles o Bar El Progreso, bares notables del Distrito de Diseño, disfrutar de un show en vivo y de sus platos típicos. Barracas tiene ese no sabía que. El 31/10 vení a descubrir el Distrito de Diseño. (GCABA, "Vení a descubrir Barracas", buenosaires.gob.ar, 20/10/15).

Lo patrimonial está asociado a lo típico, a lo representativo de la vida del barrio, el cual a su vez se confunde cada vez más con el distrito. Veremos a continuación un matiz diferente sobre la categoría de patrimonio.

### **"Ayúdenos a poner la atención sobre el patrimonio de Barracas":<sup>41</sup> El patrimonio industrial y el establecimiento de circuitos turísticos.**

Además de intervenciones permanentes en el espacio, el CMD-DD participa en la organización de eventos y actividades donde se resaltan algunos puntos del barrio por su "valor patrimonial" y se elaboran nuevos circuitos de visita,<sup>42</sup> basándose en el mencionado supuesto de que Barracas es un barrio desconocido y vivido como lejano para el resto de los porteños. La exposición "Mirar Barracas" (2014), y la realización simultánea de "La Noche de los Museos" y "Open House" en 2015 son eventos representativos en este sentido.

Entre septiembre y diciembre de 2014 se realizó "Mirar Barracas", una exposición organizada por Moderna Buenos Aires-CPAU<sup>43</sup> y el CMD, complementada por talleres de fotografía, circuitos guiados en bicicleta y a pie, y salidas de croquis. La muestra proponía tres circuitos alrededor de diferentes centralidades: entorno Lanín / Plaza Colombia; y cercanías de San Telmo / Montes de Oca y zona CMD / Riachuelo. Este último, puesto en pie de igualdad con los otros dos previamente reconocidos como turísticos, impulsaba a "Barracas al fondo" como zona digna de ser visitada por su valor patrimonial. De los folletos, los recorridos propuestos, las infografías que componían la exposición en el CMD y las palabras de los organizadores en la inauguración de la misma, se desprende que los inmuebles recibían su "valor patrimonial" por sus cualidades arquitecturales, por su excepcionalidad (en su mayoría de gran porte) y por las firmas de sus arquitectos. De un modo análogo, los recorridos en bicicleta "Open Bici" (organizados por Moderna Buenos Aires-CPAU con apoyo de la FADU-UBA, la Sociedad Central de Arquitectos y el Museo de Arquitectura) en el marco de Open House, se centraban más en la arquitectura y lo monumental que en lo representativo de un modo de vida. De los cinco recorridos en bicicleta propuestos para toda la ciudad, dos eran en La Boca / Barracas. Uno de ellos, "Moderna Buenos Aires Sur" (en remisión al

<sup>41</sup> Laura Salles, directora del CMD, al público presente en la inauguración de Mirar Barracas, septiembre de 2014.

<sup>42</sup> En el texto de la ley que crea el Distrito de Diseño se establece: "Promover circuitos urbanos prioritarios que pongan en valor el Distrito de Diseño" (Art. 4º, inc. 5º).

<sup>43</sup> Moderna Buenos Aires es una campaña de la comisión de arquitectura del Consejo Profesional de Arquitectura y Urbanismo (CPAU) para visibilizar la arquitectura porteña entre las décadas de 1930 y 1970.

programa Moderna Buenos Aires) proponía visitar distintas fábricas refuncionalizadas, a las que en sus materiales de promoción se las calificaba como “patrimonio”, ubicando su refuncionalización como motor del “resurgimiento” del barrio: “INTERVENIR PARA PROTEGER. Una MIRADA sobre BARRACAS, un barrio que resurge gracias a la refuncionalización de sus edificios. El patrimonio INTERVENIDO es patrimonio PROTEGIDO. Patrocinado por el CPAU” (Open House, [openhousebsas.org](http://openhousebsas.org), octubre de 2015).

En estos eventos el patrimonio aparece fuertemente ligado a lo monumental y lo único, especialmente a través de la movilización de la categoría de “patrimonio industrial” asociada a las fábricas refuncionalizadas, las cuales, como se dijo, constituyen el rasgo característico de la recualificación de Barracas. Esta concepción contrasta con la sostenida por la asociación de los autodenominados “vecinos patrimonialistas”, Proteger Barracas, la cual, movilizada desde 2007 contra las demoliciones y las construcciones en altura especialmente concentradas en la zona de Barracas más cercana al centro de la ciudad, colocó en el centro de su reivindicación el argumento del valor patrimonial de las “casas bajas”. Por razones de espacio no me adentraré en el punto aquí, pero digamos sintéticamente que para estos “vecinos” el patrimonio es algo que debe defenderse de los intereses inmobiliarios porque representa el “estilo de vida” de la zona (por oposición a las “torres”, concebidas como sitios de anonimato que destruirían la calidad de vida barrial) (González Bracco, 2013; Elguezábal, 2015). En cambio, de las iniciativas del CMD-DD se deduce que los bienes patrimoniales deben ponerse en valor para atraer a los actores del mercado inmobiliario, de la construcción y de las “industrias creativas”. Lo que los “vecinos” denuncian como “especulación inmobiliaria”, aparece aquí como el factor capaz de propulsar la revitalización urbana.

## Conclusiones

El análisis realizado procuró mostrar que el CMD-DD no sólo opera dentro del campo de las llamadas “industrias creativas”, sino que constituye un actor relevante en el cambio de imagen del sudoeste del barrio, a través de intervenciones callejeras y representaciones que procuran, por un lado, revitalizar la tradición barrial como una marca de identidad posible de ser consumida, y, por el otro, adicionar a ese sector aspectos que señalen su plena pertenencia a un circuito de vanguardia.

De los materiales relevados se desprenden cinco ejes centrales de representaciones ideológicas. Primeramente, la categoría abstracta de “producción” aparece como un vaso comunicante entre dos supuestos momentos plenos conectados por una transición armónica: un pasado calificado como “fabril” y un presente definido como “creativo”. Esta narración deshistoriza las contradicciones que condujeron a la degradación del barrio y valora positivamente la llegada del CMD-DD como una “revitalización”. Luego, el diseño es construido como una disciplina equiparable a la arquitectura y al urbanismo en su capacidad de transformar un barrio industrial obsoleto: se ofrece así como una respuesta a problemas ambientales, urbanos y sociales, cuya especificidad radica en dar sentido a lugares que se asume como “vacíos” o “grises”. En tercer lugar, los diseñadores aparecen como los sujetos de una épica de refundación del área por la

vía de la creatividad, la innovación y el color, obviando el peso y la orientación de las decisiones gubernamentales en la transformación de los lugares. Asimismo, se invoca el “protagonismo” de “los vecinos”, soslayando en esa interpelación festiva que las decisiones que se abren a la participación de la comunidad local se restringen a intervenciones puramente superficiales. Un aspecto relevante en este punto es la apropiación por parte del CMD-DD de las fechas y los lugares tradicionales del barrio.

Finalmente, se ha mostrado la circulación de dos sentidos diferentes de la categoría de “patrimonio”, relacionados con distintas facetas de la estrategia del CMD-DD para consolidar su posición en el espacio local y para impulsar el cambio de imagen de ese sector del barrio. Por un lado, un sentido restringido ligado a los edificios monumentales, como las grandes fábricas, expresado mediante la categoría de “patrimonio industrial”. Este sentido favorece la construcción de una marca distintiva para el barrio basada en algunos edificios emblemáticos, al tiempo que alienta la refuncionalización por parte de actores corporativos del mercado inmobiliario de fábricas como lofts y oficinas de categoría. El otro sentido, más amplio, remite a la construcción de una identidad general del barrio, la cual permite conjugar lo “antiguo” y “tradicional” con el “arte público” y el “diseño de vanguardia”. Como se ve, por ejemplo, en el caso de las intervenciones realizadas por diseñadores de las fachadas de antiguos comercios, el diseño aparece como una disciplina capaz de interpretar, rescatar y poner en valor los rasgos tradicionales del barrio desde una mirada contemporánea. El pasado fabril ocupa entonces un lugar doble, como esencia a redescubrir y como fantasma a conjurar.

Por su parte, las intervenciones culturales y patrimoniales aparecen como el punto de encuentro entre una comunidad de “vecinos” (interpelados como garantes del mantenimiento de la tradición y como protagonistas del cambio) y un conjunto de “creativos” que, independientemente de que se hayan instalado ya diseñadores en el barrio o no, constituyen una de las poblaciones que el CMD procura atraer y constituyen un elemento clave de una narrativa de refundación.

El Distrito de Diseño, entonces, emerge ideológicamente como una solución espacial a problemas sociales y urbanos, tales como la fragmentación interna del barrio, la pobreza, la contaminación ambiental o la desafectación edilicia. Esto se ve en uno de los folletos de Open House, donde el Distrito aparecía como el sujeto a cargo de la “revitalización” del barrio:

Empezé el día conociendo el sur de la Ciudad y un poco de su historia. En el marco de Buenos Aires Open House, recorré edificios emblemáticos de Barracas, algunos de los que formaron parte de la historia industrial que hizo grande al barrio y que son parte del proceso de revitalización llevado adelante por el Distrito de Diseño. (CMD, “Recorridos”, buenosaires.gob.ar, 20/10/2015)

De lo dicho, se derivan algunas líneas de análisis para futuras investigaciones. Por un lado, la que resulta de la pregunta acerca de la lógica subyacente a los diferentes matices de sentido asociados a lo patrimonial en la recualificación general de Barracas, bajo la hipótesis de que las tensiones en torno de la categoría de “patrimonio” forman parte del modo en que se conforman alianzas y confrontaciones entre actores implicados en dicho proceso. Por el otro, cabe

profundizar el estudio del CMD-DD como actor en las disputas de poder al interior del espacio local para indagar en qué medida y de qué maneras disputa, sobredetermina o desplaza a otras instituciones locales, como los gobiernos comunales.<sup>44</sup>

### Bibliografía

- ALTHUSSER, Louis (1967). *La revolución teórica de Marx*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- ALTHUSSER, Louis (1984). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- ÁLVAREZ DE CELIS, Fernando (2003). *En sur en la Ciudad de Buenos Aires. Caracterización económica territorial de los barrios de La Boca, Barracas, Nueva Pompeya, Villa Riachuelo, Villa Soldati, Villa Lugano y Mataderos*, Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM), Secretaría de Desarrollo Económico, GCABA.
- BASUALDO, Eduardo (2006). "La reestructuración de la economía argentina durante las últimas décadas: de la sustitución de importaciones a la valorización financiera". En: Basualdo, Eduardo y Enrique Arceo (comps.), *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales*, Buenos Aires: CLACSO, pp. 123-178.
- BAYARDO, Rubens (2013). "Políticas Culturales y economía simbólica de las Ciudades. 'Buenos Aires, en todo estás vos'", *Latin American Research Review*, Vol. 48, Número Especial, pp. 100-128.
- BECERRA, Paulina et al. (2013). *Buenos Aires Ciudad de Diseño. 10 años del CMD*, Buenos Aires: GCABA.
- BENKO, Georges (2000), "Estrategias de comunicación y marketing urbano", *EURE*, vol. 26, N°79, <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612000007900004>.
- CALETTI, Sergio (2002). *Elementos de comunicación*, Bernal: Universidad Virtual de Quilmes
- CARMAN, María (2006). *Las trampas de la cultura. Los "intrusos" y los nuevos usos del barrio de Gardel*, Buenos Aires: Paidós.
- CATALÁN, Jordi, MIRANDA, José Antonio, RAMÓN-MUÑOZ, Ramón (2011). "Distritos, clusters y ventaja competitiva: interpretaciones y debates". En: Jordi Catalán, José Antonio Miranda y Ramón Ramón-Muñoz (eds.): *Distritos y clusters en la Europa del Sur*, España: LID Editorial, pp. 10-43.
- CORBOZ, André (2015). *Orden disperso. Ensayos sobre arte, método, ciudad y territorio*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- DI VIRGILIO, Mercedes y Tomás GUEVARA (2013). "Gentrificación liderada por el Estado y empresarismo urbano en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires", *Revista Estudios Sociales Contemporáneos*, N°11, pp. 11-23.
- DEUTSCHE, Rosalyn y Cara GENDEL RYAN (1984). "The Fine Art of Gentrification", *October*, Vol. 31, pp. 91-111.

---

<sup>44</sup> La creación de gobiernos comunales está contemplada en la constitución de la CABA de 1996. Estas formas de gobierno participativo local fueron creadas en la Ley Orgánica de Comunas de 2005, y se implementarían recién en 2011. El gobierno de la ciudad, en manos del PRO, fue en numerosas ocasiones denunciado por intentar impedir el desarrollo de estas instituciones, como fue con el caso de las Unidades de Atención Ciudadana creadas en 2011, con competencias equivalentes a las Juntas Comunales. A diferencia de estas últimas, las UAC eran de corte estrictamente administrativo, mientras que los miembros de la Junta son elegidos por voto popular.



- ELGUEZABAL, Eleonora (2015). *Frontières urbaines: Les mondes sociaux des copropriétés fermées*, Francia: PUR.
- GONZÁLEZ BRACCO, Mercedes (2013). "¿La porteñidad en riesgo de extinción? Vecinos de la Ciudad de Buenos Aires en defensa de la identidad barrial", *Revista Bifurcaciones*, N°12, pp. 1-12.
- GORELIK, Adrián ([1998] 2010). *La grilla y el parque. Espacio público y cultura urbana en Buenos Aires, 1887-1936*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- GRAHAM, Stephen y MARVIN, Simon (2001). *Splintering Urbanism: Networked Infrastructures, Technological Mobilities and the Urban Condition*. London: Routledge.
- HERNÁNDEZ, Silvia (2014): "Los vecinos del vecindario al protagonismo. Un aporte comunicacional para pensar procesos urbanos", *Avatares*, N° 7: "Comunicación y Ciudad". Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) URL: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/issue/view/298>
- HERNÁNDEZ, Silvia (2015a): "Casa FOA y la emergencia del patrimonio industrial como valor específico del barrio de Barracas", *Actas de las XI Jornadas de Sociología: "Coordenadas contemporáneas de la sociología: tiempos, cuerpos, saberes"*. Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, UBA, pp. 1-17.
- HERNÁNDEZ, Silvia (2015b). "Reflexiones sobre la patrimonialización y la recualificación urbana a partir del caso del 'renacimiento' de Barracas (CABA, 2003-2014)", ponencia presentada en el Taller "Desigualdades persistentes y territorialidades emergentes: Disputas por el espacio urbano" (mímeo), IIGG-FSOC-UBA.
- HERZER, Hilda (comp.) (2012). *Barrios al sur. Renovación y pobreza en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Editorial Café de las Ciudades.
- LACARRIEU, Mónica, María CARMAN y Florencia GIROLA (2004). "Procesos de transformación urbana en lugares centrales y barrios cerrados periféricos en Buenos Aires: ¿Ganó el Urbanismo Escenográfico?", ponencia presentada en la 24ª Reuniao Brasileira de Antropologia, Asociación Brasileira de Antropología.
- MITIDIERI, Gabriela (2012). "Evocando el pasado, construyendo la memoria. Las trabajadoras de Alpargatas Barracas en la huelga de Abril de 1979", *Revista Herramienta*, N° 51, s/n, URL: <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-51/evocando-el-pasado-construyendo-la-memoria-las-trabajadoras-de-alpargatas-b>.
- PECHEUX, Michel (1975). *Les vérités de La Palice: linguistique, sémantique, philosophie*, Paris: François Maspero.
- RODRÍGUEZ, María Carla (2015). "Estado, clases y gentrificación. La política urbana como campo de disputa en tres barrios de la Ciudad de Buenos Aires". En: Víctor Delgadillo, Ibán Díaz y Luis Salinas (coords.) *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina*, México: UNAM, Instituto de geografía, pp. 205-227.
- ROUSSEAU, Max (2010). "Gouverner la gentrification", *Métropoles* [on line], N°7. URL : <http://metropoles.revues.org/4257>
- SCILLAMÁ, Mora (2014). "Fábricas refuncionalizadas. ¿Dispositivos de integración o de segmentación urbana?", *Quid 16*, N°4, pp. 137-160.
- SEQUERA, Jorge (2015). "A 50 años del nacimiento del concepto 'gentrificación'. La mirada anglosajona", *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias*

Sociales, Vol. XX, N° 1.127. (Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/b3w-1127.pdf>, bajado el 15/05/2016)

TISSOT, Sylvie (2010). « Naissance d'un quartier 'historique' : patrimonialisation architecturale et luttes politiques dans le South End de Boston (1965-1995) », en : Sociétés contemporaines, N°80, pp. 5-28.

TOPALOV, Christian (2002). Les divisions de la ville, Paris: Éditions de la MSH-UNESCO.

YUDICE, George (2002). El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global, Barcelona: Gedisa.

ZUKIN, Sharon (1995). The Cultures of Cities. Oxford : Blackwell.

ZUNINO SINGH, Dhan (2006), Los usos económicos de la cultura en los procesos de renovación urbana. Las políticas de patrimonio y el turismo en el caso del barrio de San Telmo (Casco Histórico de la ciudad de Buenos Aires), Tesis para optar por el título de Magister. Dirigida por Hilda Herzer, IDAES-UNSAM.