

# Disparen sobre Palermo: ¿de barrio trendy a sinónimo de masividad?

Cómo pasó de barrio de moda al que todos querían imitar, a convertirse, para algunos, en término peyorativo y sinónimo de masividad y de falta de identidad

SEGUIR

*Fernando Massa*

Cuando los hermanos Muhafara vieron esa esquina en Costa Rica y Carranza entendieron que ahí podían armar algo parecido a lo que tenían en mente: Green Bamboo, un restaurante vietnamita con platos elaborados por las esposas de los diplomáticos de ese país. A Palermo aún lo caracterizaban las casas bajas, los talleres mecánicos y no todos se animaban a salir a pasear por sus calles de noche. Pero ellos no eran los únicos que allá, por septiembre de 1999, habían puesto los ojos en el barrio: ya Christophe ofrecía una propuesta diferente de lo que pasaba en el resto de Buenos Aires, y después abrirían Olsen, Grappa, El Único. "Se generó un lunar en la zona, con lugares que hoy ya son clásicos -cuenta Darío Muhafara-. Si mañana dinamitás Palermo, ellos quedan parados."

Una década después, cuando pensaron en un nuevo proyecto -la confitería que se llama Malvón y ya tiene dos locales- los Muhafara tenían una sola certeza: no querían estar en Palermo. El azar, una casa en venta que se veía desde la ventana de lo de su hermano y la visión de que el barrio se estaba transformando los dejó en Villa Crespo. ¿Por qué ya no Palermo? "Esto de *vendo algo en Palermo que se parezca a algo que ya existe en Palermo* lo fue desvirtuando. No es que estaba muerto, pero de abrir ahí

me imaginé remando de nuevo con una propuesta que para funcionar debía convencer a los clientes que no era más de lo mismo", dice Darío, que destaca también que muchos sí siguen haciendo las cosas bien en el barrio.

El quiebre se manifiesta al observar el proceso en su conjunto: con 15 años de vigencia, el barrio que estuvo a la vanguardia, que marcó tendencias y creó estilos sufrió un desgaste. Con el desembarco de las grandes marcas para muchos se ganó el rótulo de "shopping a cielo abierto", y ese anhelo de otros barrios por parecerse y la ambición de los inversores inmobiliarios por correr los límites a Villa Crespo o Chacarita y reetiquetarlos como Queens o Dead comenzó su retroceso: los barrios ya no buscan parecerse a Palermo, sino desarrollar una impronta propia. Más aún, esquivar el calificativo de "palermitano", con esa carga peyorativa que cuestiona estereotipos, repetición de estilos y falta de identidad.



Emilce Elias mudó el local de Coucou de Palermo a Colegiales para recuperar el clima de barrio.  
Foto: LA NACION / Ignacio Coló

"Muchas marcas de shopping empezaron a ir a Palermo, los precios subieron y la oferta se volvió más digerible, comercial y menos vanguardista -dice Ximena Díaz Alarcón, de la consultora Trendsity- Pero la promesa de Palermo sigue siendo la creatividad. Los lugares para ir con la mascota, con la bici... Hay un aura que se mantiene y también es lo que el turismo espera."

En estos 15 años, Palermo vivió un proceso de gentrificación, es decir, una recalificación del área urbana, con un cambio a nivel poblacional y comercial acentuado por esa onda cool y de diseño que lo conquistó. Pero todo lo que se estira se diluye, concluye Díaz Alarcón. Con el nivel de masificación y el despertar de las ferias, los vanguardistas de la primera hora quedaron mezclados ahí dentro. "Así, los más puristas se fueron a buscar la colonización de lo nuevo, un lugar más virgen y con potencial – dice–. Pero lo que vivió Palermo fue tan contextual [crisis de 2001/02 de por medio] que es difícil que se vuelva a dar de modo idéntico en otro barrio. Lo que se busca fuera de Palermo ahora es la emoción del descubrimiento y el placer de sentirse diferente y que tiene que ver con la distinción, lo personalizado y con entender un código lejos de lo masificado."

Patricio Lix Klett y Celeste Bernardini tuvieron el taller de La Feliz en La Usina durante unos cinco años, cuando Palermo aún era un barrio más barato, de pequeños productores, manufactureros y emprendedores, y cuando aún vibraba ese entusiasmo post-2003 de que de un proyecto se podía salir adelante.

Ahora la chica que acaba de desembolsar 5000 pesos para comprar tres lámparas diseñadas y fabricadas por ellos fue hasta allá en bicicleta. El local no tiene vidriera, tampoco cartel. Sólo un timbre. Un vinilo polarizado oculta el salón de venta y la escalera que conduce al taller del subsuelo. Esto que antes era frecuente en Palermo hoy pasa en Chacarita. Están a veinte cuadras. Se fueron por los costos, sí, pero también para poder ampliarse sin perder el taller dentro de la misma estructura. Y ese sentimiento de que "estar ahí en Palermo o en un shopping es lo mismo", también los ayudó a tomar la decisión.

Patricio dispara una serie de sentencias que completan el porqué de la mudanza. "Antes ahí podías arrancar, hoy llegás"; "En algún momento ibas a tomar algo a Palermo, hoy vas a Colegiales y evitás el bardo de estacionar y los «trapitos»"; "Lo lindo que se perdió en Palermo es esa situación de encontrar personalidades detrás del mostrador. Hoy es más divertido el Barrio Chino, porque lo divertido de Palermo era descubrir."

Descubrir personalidades como, por ejemplo, los hermanos Sabater, fabricantes de jabones que mostraban el proceso al público. O Gonzalo Arbutti, anfitrión de El Cubo, la juguetería-taller donde podía contemplarse su mundo a través de sus creaciones en madera. Pero saturación mata atmósfera. Ésa de la que habla con cierta nostalgia Arbutti, cuando recuerda a su amigo Amaya, dueño del taller mecánico vecino. Cuando en Miles un domingo ponían por primera vez a un músico o una banda –Elliott Smith, por ejemplo– y a la semana caían cinco pedidos de ese disco. Cuando se abría una vidriera porque se quería contar algo, cuando comían en el restaurante del club Eros o cuando el arquitecto Jorge Hampton (para él, el "inventor" de Palermo) le sugirió de buena manera a la sucursal de esa cadena de librerías que había puesto en su frente la palabra Soho al lado de Palermo, que era una estupidez nombrarla así. "Éramos una generación que había pasado por la facultad y se animaba a mostrar lo que hacía. Pura actitud", dice Arbutti, en su taller de Chacarita, barrio donde se instaló hace unos años.

Cuenta que días atrás pasó una reconocida arquitecta que no podía creer que lo hubiera montado ahí. "Estás como oculto", le dijo. Él contestó: "¿Oculto de quién? ¿De Palermo? Yo estoy acá". ¿Qué hay detrás del estereotipo palermitano para él? Un público cómodo, que no analiza ni se hace preguntas. Y que, principalmente, consume.

El especialista en tendencias sociales y de consumo Guillermo Oliveto concuerda con que hoy el adjetivo "palermitano" se ha instalado como

una construcción simbólica difusa, que, para algunos, es una manera de descalificar, una crítica que remite a un Palermo que perdió identidad, que dejó de ser el que era, que ya no sabe qué es y que, en todo caso, si es algo, es una copia "clase B" de barrios emblemáticos de Nueva York o Londres.

Pero no comparte esa idea. Todo lo contrario: que se haya instalado la idea de que algo o alguien sea "palermitano" confirma, para Oliveto, la potente identidad del barrio. "Naturalmente, el proceso de transformación reciente incorporó elementos de lugares emblemáticos del mundo, pero lo hizo a su forma, creando un blend propio y particular, hijo de una fusión de estilos y estéticas globales, con una sensibilidad e interpretación propia –dice–. Cuando hoy se califica de "palermitano" a algo o a alguien, se está hablando de cierto registro estético, de un nivel de sensibilidad, de un espíritu creativo, de un estilo de vida menos tradicional y más vanguardista, de una búsqueda propia, de cierta rebeldía frente a los dogmas preestablecidos."

La visión de cuándo ocurrió la transformación del barrio es más unánime: el pasaje del Palermo a secas al Palermo "algo". Para Oliveto, la subdivisión del barrio habla del proceso de crecimiento demográfico, impulsado cuando se autorizó a construir torres. La llegada de canales de televisión y famosas productoras provocó que comenzara a señalarse la existencia de un nuevo "Palermo Hollywood", mientras que la renovación estética y el crecimiento de tiendas de indumentaria con un fuerte componente de diseño –cuyos diseñadores estaban ahí mismo– trajo aparejado el sello de "Soho", consolidado después con la apertura de locales de muebles y decoración. "El tradicional barrio de casas bajas y calles de empedrado donde se vivía a una velocidad –dice– fue perdiendo algo de esa cadencia."

Ese cambio de ritmo fue lo que convenció a Emilce Elías de mudar Coucou, su local de decoración, de Palermo a Colegiales. Eso, sumado al ineludible factor económico: la presencia de las marcas grandes había disparado los precios. Y uno más: la proliferación de ferias que, en su opinión, atrajo esas multitudes que fueron sepultando esa cosa única de los locales y ese consumo más cuidado. El paseo ameno de los fines de semana, los clientes que se quedaban charlando, esa otra calma que se respiraba, es lo que, para ella, se fue perdiendo allá y que lo reencontró en Colegiales.

"Acá los clientes entran más contentos, no transmiten esa cosa caótica de decirte: «No tengo dónde estacionar» –cuenta Emilce–. Y, además, en un lugar tan lleno de todo cuesta que destaque tu local. Y si te vas a otro barrio con menos cosas con serle fiel a tu propuesta alcanza."

Natalia Sly y Larisa Zmud también migraron de sus experiencias laborales en Palermo para abrir su galería de arte –Slyzmud– en la vecina Chacarita. Otra vez la saturación: "No podés diferenciar qué está bueno y qué no. Hay ocho lugares copados de bicicletas, veinte restaurantes vegetarianos en una cuadra que te transmite esa cosa atolondrada, de contaminación visual –dice Larisa–. Alguien hizo algo copado y después muchos lo copiaron. Tanta cosa igual te hace sentir que Palermo no está tan bueno".

El estudio del artista Leandro Erlich ahí, el bar Le Blé allá van generando para ella algo canchero y divertido en un entorno que conserva la impronta de barrio. Estar con la puerta abierta, que alguien pase a charlar, a tomar algo, esa cosa espontánea y el convencimiento de estar ahí cuando se está armando.

Pero mientras recuerda Bar 6 reconoce que sigue yendo seguido a Palermo. Lugares puntuales, sí, como Pesqueira, la galería Foster Catena y

varios más de los que valora su personalidad. Porque conservan identidad propia y poco importa dónde estén.

**Producción: Lila Bendersky**

Fuente: <http://www.lanacion.com.ar/1683199-disparen-sobre-palermo>