

La cúpula y los arcos

Fabiana S.Tolcachier¹

Resumen

La presente comunicación tiene el propósito de compartir una reflexión a partir de la demolición de una vieja casona de 1910 en una esquina del casco céntrico de Bahía Blanca, con motivo de la instalación del primer local del Mc Donald en la segunda mitad de la década del 90’.

En un contexto de profundas transformaciones por la implementación de las políticas neoliberales y la ola de privatizaciones, la demolición de esta vieja casona produjo un acalorado debate público cuyos referentes más visibles fueron el colegio de arquitectos que advertía la pérdida patrimonial para la ciudad, y el poder político municipal que avaló la demolición y cuyo vocero fue a su vez uno de los impulsores del registro patrimonial de la ciudad confeccionado pocos años antes.

Como condensación de aquella intervención el local del Mc Donald exhibe junto a su logo emblemático caracterizado por los dos arcos superpuestos, un fragmento de la cúpula rescatada de la demolición. Lejos de proponer una lectura nostálgica, rescatamos el concepto de “destrucción creativa” (Harvey, 2007) para analizar el avance del sistema neoliberal en aquella etapa.

¹ Departamento de Humanidades, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.

La cúpula y los arcos

En el marco de un proyecto de investigación acerca del proceso de configuración de la identidad urbana de la ciudad de Bahía Blanca, proponemos aportar reflexiones en torno a las potencialidades de la lectura de la topografía urbana como un registro privilegiado de un posible mapa de la memoria histórica local.

Dicho proyecto propone estudiar el complejo proceso de configuración de la identidad urbana de la ciudad de Bahía Blanca indagando la plasmación de las relaciones de poder en las prácticas de nominación y en el uso del espacio público.

Pensar la ciudad como un museo a cielo abierto significa tener en cuenta las marcas materiales pero también las representaciones, es decir esos esquemas intelectuales incorporados, que “generan las claves gracias a las cuales el espacio puede recibir su desciframiento, el presente tomar sentido y los otros ser inteligibles” (Chartier, 1996: 9).

Entre las diferentes líneas de investigación abordadas, la presente comunicación tiene el propósito de compartir una reflexión a partir de la demolición de una vieja casona de 1910 en una esquina del casco céntrico de Bahía Blanca, con motivo de la instalación del primer local del Mc Donald en la segunda mitad de la década del 90’.

En un contexto de profundas transformaciones por la implementación de las políticas neoliberales, la llegada del Mc Donald a Bahía Blanca constituyó un mojón más de la denominada “tercera fundación”.² Esta representación simbólica fue construida desde el ejecutivo municipal con el fin de irradiar “optimismo” frente a la ola de privatizaciones y a las mega-inversiones de multinacionales en el área ferro-portuaria que consagraban a la ciudad como “capital de la industria petroquímica”.³

En efecto, en el lapso que se extendió desde principios de los años 90 a los inicios del nuevo milenio, comenzaron a operar los ramales ferroviarios de carga FerroExpreso Pampeano y Ferrosur, las instalaciones de la Junta Nacional de Granos pasaron a estar bajo el control de la compañía global Bunge, el puerto fue reorganizado como ente autónomo con la creación del Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca, Dow Chemical y el Grupo Solvay aumentaron la capacidad productiva de las plantas industriales existentes al tiempo que se erigieron nuevos emprendimientos petroquímicos (Profertil y Mega), y

²El análisis de esta representación fue desarrollado por Emilce Heredia Chaz, integrante del mencionado PGI. Este trabajo resultó recientemente publicado bajo el título *Cuaderno N° 6: La Tercera Fundación de Bahía Blanca: la ciudad en la transformación neoliberal* mediante el financiamiento de un Proyecto de Extensión Universitaria y se encuentra disponible en el repositorio digital abierto de la Biblioteca del Departamento de Humanidades Arturo Marasso. Su autora junto a otros investigadores formados en diversas disciplinas de la Universidad Nacional del Sur, trabajaron desde sus particulares líneas de estudio una problematización de las dinámicas políticas, económicas, sociales y culturales que tuvieron lugar en la década del 90’ atravesada por la globalización neoliberal. La investigación sobre el establecimiento del primer Mac Donald en Bahía Blanca formó parte de los estudios abordados en el mencionado cuaderno.

³“Cabe agregar que la activación de las imágenes de la tercera fundación fue llevada adelante mientras la ciudad marcaba tasas de desocupación nunca antes alcanzadas, con valores que superaron el 20% de la población económicamente activa y que significaron un aumento mayor al 80% con respecto a la cantidad de personas sin trabajo al inicio del Plan de Convertibilidad” (Heredia Chaz, 2018: 27).

grandes empresas de agro-negocios se radicaron en el área portuaria (Cargill, Glencore-Toepfer).⁴

Como señala Heredia Chaz (2018: 26) en la confluencia de una doble dinámica de privatización o eliminación de empresas y organismos estatales, y de adquisición de compañías ya existentes o creación de nuevas plantas industriales, se registró la extranjerización y concentración de la estructura productiva local. En cuanto a los resultados de la gran transformación neoliberal, las corporaciones transnacionales han consolidado su desarrollo en este lugar del mundo, mientras que las promesas acerca de los beneficios sociales que traerían las grandes inversiones para la ciudad no sólo continúan incumplidas sino que además se ha avanzado de forma decisiva en sentido contrario a su concreción.

Simultáneamente a las transformaciones en el área ferroportuaria, la ciudad en tanto espacio de capital, se revalorizó con la creación de nuevas periferias hacia la zona norte donde fueron radicados barrios-parques y cementerios privados destinados a los sectores de ingresos medio-alto y alto.⁵ Estos nuevos espacios poseen características comunes en lo que concierne a sus configuraciones físicas, fundamentalmente la recreación de espacios verdes y la integración con una naturaleza insertada en forma artificial en una ciudad transformada en una Springfield real. A su vez delinearon una marcada segmentación entre lo público y lo privado, yacentuaron la visibilidad de las asimetrías sociales cada vez más polarizadas-una suerte de “mixtofobia” ante la vida y la muerte- (Bauman , 2011).

Entender este proceso de neoliberalización como una destrucción creativa, refiere a elementos en conflicto entrelazados dialécticamente por medio de los cuales se avanzó en un conjunto de reformas orientadas al imperio de los mercados y en donde se vieron afectados desde las formas de producir, los marcos institucionales y las relaciones sociales hasta las formas de vida y pensamiento, las actividades de reproducción, los vínculos con la tierra y los hábitos del corazón (Harvey 2013:7).

En cuanto a la transformación de las formas de vida y los hábitos del corazón, Mc Donald sedujo a la ciudadanía bahiense. Pocos meses después de la apertura de su primer local en el área céntrica, la empresa habilitó un segundo local en las instalaciones del shopping que abrió sus puertas en la ciudad. Semejantes indicadores de modernidad formaron parte de la profecía autocumplida: el futuro llegó y la ciudad resultó fundada por tercera vez.

⁴ La construcción de este nuevo sistema productivo se asentó sobre la reestructuración del anterior: privatización del Ferrocarril Nacional General Roca (1991), privatización de los Talleres ferroviarios Bahía Blanca Noroeste (1992), liquidación de la Junta Nacional de Granos (1993), disolución de la Administración General de Puertos (1992), privatización del complejo petroquímico (1995), venta de la Central Termoeléctrica Luis Piedra Buena (1997), desguace de la usina General San Martín (1999).

⁵ Al respecto, se desarrollaron tres urbanizaciones cerradas: Solares Norte, Bosque Alto Country Club y La Reserva y se inauguraron dos cementerios privados: El Recuerdo y Parque de Paz .La creación de estos nuevos espacios significaron la privatización, no sólo de la vida, sino también de las prácticas mortuorias. Ver Larrosa (2011: 48).

El Angel del Progreso

Como el Angelus Novus de Paul Klee, aquel “Angel del Progreso” que imparables deja a su paso “montones de ruinas”, el 21 de mayo de 1998 abrió sus puertas el primer McDonald’s en la esquina de las calles Brown y Fitz Roy en la ciudad de Bahía Blanca. Pocos meses antes, el diario local anunciaba bajo el estremecedor título “Réquiem para un antiguo edificio” que “donde funcionaba hasta hace poco tiempo un pensionado estudiantil será demolida para dar paso a una sucursal de la cadena estadounidense de hamburguesas McDonald’s. Si bien no pocos bahienses mostraron su preocupación por el futuro del inmueble, especialmente por la desaparición de una de las pocas cúpulas que aún atesora la ciudad, el edificio no ha sido incluido como parte del patrimonio arquitectónico bahiense según consigna el inventario confeccionado en 1992.”⁶

La construcción del McDonald’s requirió de una destrucción.⁷ Esta crónica anunciaba la demolición de la casona de 1910, que según las autoridades municipales no fue posible de preservar por no estar incluida en el registro patrimonial realizado seis años antes.⁸

No obstante, en virtud del debate público en el que intervino el colegio de arquitectos de la ciudad,⁹ la empresa -a modo de concesión- rescató parte de la emblemática cúpula¹⁰ y la

⁶*La Nueva Provincia*, año 100, 15/2/98’, P. 8.

⁷ “Comprender las formas por las cuales el capital construye un paisaje geográfico a su propia imagen en un dado momento del tiempo, simplemente para tener que destruirlo más adelante para acomodar su propia dinámica de interminable acumulación del capital, amplios cambios tecnológicos e implacables formas de luchas de clase. La historia de la destrucción creativa y del desarrollo geográfico desigual en la era burguesa es simplemente aterradora.” (Harvey, 2004: 233).

⁸ Los criterios a tener en cuenta para la no inclusión del inmueble en el registro patrimonial fueron expuestos por el arquitecto, José María Zingoni, entonces Director Municipal de Planeamiento Estratégico en la siguiente nota: “El edificio no está en buenas condiciones y para revertir esta situación se necesitaría una inversión muy grande. No es que lo hayamos excluido en el inventario porque no califica sino porque dentro de su tipo hay obras mejores, argumentó. En tal sentido explicó que la ciudad cuenta con este estilo arquitectónico con mejores exponentes, por caso las instalaciones del Club Argentino... Además señaló que no todos los edificios antiguos de una ciudad merecen preservarse, salvo que formen parte de un casco histórico o de conjunto de bienes patrimoniales donde imperan criterios de homogeneidad. Este no es el caso. Cuando empezamos el inventario decidimos fijar un número de 165 obras, tratando de no poner freno a los cambios que requiere toda ciudad. No obstante, siempre dejamos la puerta abierta a nuevas incorporaciones pero en forma gradual, indicó...” *La Nueva Provincia*, año 100, 15/2/98’, P. 8 En una entrevista más reciente, el arquitecto Zingoni reiteró dichos conceptos y agregó que desde el punto de vista urbanístico, esta esquina céntrica no fue el lugar más adecuado para habilitar este tipo de establecimiento que requiere de un gran recambio de automóviles por su logística de comida rápida. 19/9/2017’.

⁹ “La piqueta arrancará otra obra singular cuya arquitectura daba identidad a una esquina céntrica de la ciudad. A pesar de las modificaciones que sufriera en su planta baja, el edificio conservaba sus armoniosas proporciones y el remate de la hermosa cúpula que tomaba la esquina y que seguramente forma parte de la memoria colectiva de los bahienses” señalaron Eduardo Locatelli y Carlos Villalba, presidente y secretario del colegio de Arquitectos de la provincia de Buenos Aires, Distrito X.

“No menos cierto es que la ciudad hubiera agradecido la puesta en valor de la obra, al mismo tiempo que la empresa a instalarse se habría prestigiado sí, en lugar de tomar el atajo fácil de la demolición hubiera optado por la preservación contraviniendo las normas del marketing que la impone la arquitecturas personalizada y repetitiva que la caracteriza” señalaron los directivos. *La Nueva Provincia*, año 100, 15/2/98’, P. 8.

expuso en un muro del estacionamiento junto a su logo identitario consistente en dos arcos dorados que forman la "M".¹¹



Fotografía histórica de la casona.
Museo y Archivo Histórico de Bahía Blanca.

¹⁰“Fue a partir de las reacciones de la comunidad que tomamos la decisión de mantener la cúpula y parte de la fachada del viejo edificio sobre una de las medianeras, describió Woods Staton, lamentando que la necesidad de espacio para cocheras no haya permitido evitar la demolición” *La Nueva Provincia*, año 100, 15/2/98’, P. 8.

¹¹Los arcos dorados es el [isotipo](#) de la [cadena de restaurantes](#) multinacional de [comida rápida](#) denominada [McDonald's](#). Originalmente, los arcos formaron parte desde los inicios del diseño de los restaurantes y fueron incorporados al diseño internacional de la cadena en el año 1962, identificando la "M" de "McDonald's".



Tareas de desmonte de la cúpula previa a la demolición de la casona. Febrero/marzo 1998. (Archivo Zingoni).



Fragmento de la cúpula con el ícono de Mac Donald's. Fotografía de Nelson Alejandro, octubre 2017.

El fragmento de la cúpula de 1910 estampada junto al ícono publicitario de la multinacional, se nos revela como una suerte de palimpsesto que condensa distintas huellas temporales de la mundialización del capitalismo a lo largo del siglo XX, y como una

posible reinscripción de lo que el antropólogo Marc Augé distingue como lugar de identidad, relacional, histórico, de un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, al que definirá *un no lugar* (Augé, 1993:40).¹²

En la configuración de este nuevo “no lugar”, Woods Staton presidente de la compañía, señaló que la necesidad de espacio para cocheras no permitió evitar la demolición. A su vez, anunció el novedoso sistema de atención de automovilistas en una playa exterior acondicionada para atender entre 118 y 160 vehículos por hora según el método con un nivel probado de producción de “una hamburguesa cada 80 segundos”.¹³ El diario local tituló esta nota como “McDonald’s cree en el futuro”.¹⁴

A dos décadas de aquel anuncio, podemos preguntarnos sobre esta representación de futuro. Acaso la frenética producción en serie de una hamburguesa cada 80 segundos con capacidad de atender hasta 160 vehículos por hora?

Cuántas hamburguesas por hora amortizan un posible patrimonio de 78 años?¹⁵

La pregunta no es nostálgica, es descarnada como el cálculo de rentabilidad frente a potenciales comensales estandarizados.¹⁶ En su informe anual de 1995 McDonald anunciaba que la “visión de McDonald es dominar la industria global del servicio de alimentación. La dominación global significa fijar el estándar de funcionamiento por satisfacción de cliente mientras que aumenta la cuota y beneficios de mercado con sus estrategias de conveniencia, del valor y de la ejecución.”

Al respecto, el sociólogo George Ritzer (1996: 151) en su texto *La mcdonalización de la sociedad* señala que este paradigma empresarial caracterizado por la autonomía funcional y racionalizada del sujeto, ha propiciado -entre otros efectos- la pérdida de derechos laborales y la ausencia de conciencia crítica por parte del consumidor.¹⁷

¹²Presenta los no lugares como zonas efímeras y enigmáticas que crecen y se multiplican a lo largo y ancho del mundo moderno; las redes de comunicación, los aeropuertos, los mass media, las grandes superficies comerciales, las habitaciones de hotel y de hospital, los campos de refugiados, los ciber cafés, etc. (Augé, 1993:40)

¹³ McDonald en su informe anual 1995 anuncia orgulloso sus estrategias para la dominación global... Con la apertura de sus 2 primeros locales, McDonald's Inició sus actividades en el país en 1986. Hoy cuenta con más de 210 locales y con 11.000 empleados que comparten la misma responsabilidad de entregar a los clientes calidad, seguridad y sabor a través de todos los productos. Actualmente, McDonald's está presente en la Ciudad de Buenos Aires, localidades del conurbano y en varias ciudades argentinas tales como Bahía Blanca, La Plata, Salta, Mar del Plata, Córdoba, Mendoza, Neuquén, Paraná, Rosario, Santa Fe y Tucumán. www.vet.unicen.edu.ar/.../Estrategias%20empleadas%20por%20MC%20Donalds.pdf

¹⁴ “Con una presentación ante los medios de prensa de la ciudad abrió ayer sus puertas la firma McDonald’s que funcionará en un amplio local de aproximadamente 500 metros cuadrados de superficie de ventas, situado en Brown y Fitz Roy con 40 cocheras para estacionamiento y una dotación de 135 empleados del medio. (...) Quiero darles la bienvenida al primer McDonald’s de Bahía Blanca, dijo ayer el colombiano Woods Staton, presidente de la compañía, anticipándose a la segura pregunta sobre la estrategia futura de la firma en esta plaza. Esta ciudad está cambiando rápidamente, veremos hacia donde nos orientamos con nuestros locales, indicó”. *La Nueva Provincia*, año 100, 22/5/98’, P.25.

¹⁵Sobre el concepto de patrimonio ver (Puppio y Perrière, 2013: 146)

¹⁶Recomendamos ver el documental *Super size me*, traducida como *Súper engórdame*, dirigido y protagonizado en 2004 por [Morgan Spurlock](#), un [cineasta independiente estadounidense](#). La película muestra lo que sucede con Spurlock durante 30 días en los cuales subsiste exclusivamente con la alimentación de [McDonald's](#).

¹⁷George Ritzer de la universidad de Maryland, analiza pormenorizadamente la lógica de la producción estandarizada y del consumo self-service. (Ritzer, 1996)

No obstante, la universalización de la Mcdonalización encontró su “anomalía” en Bolivia. En octubre de 2012, diversos medios de prensa difundieron la noticia que tras 14 años de operaciones sin frutos, la empresa quebró y retiró las ocho filiales bolivianas, mientras sus ejecutivos estaban impactados con el fracaso.¹⁸

Lejos de aquel contra-ejemplo, Bahía Blanca siguió el patrón previsto en las “estrategias para la dominación global”. Luego su llegada en 1998 la empresa habilitó un segundo local en las instalaciones del shopping¹⁹ “catedral de la posmodernidad” (Sarlo, 1994).

En contraste con los nuevos no-lugares, la vieja casona formó parte de un refinamiento edilicio -si se quiere de una arquitectura de autor- tributaria de aquella expansión económica percibida como una “segunda fundación”. Quizá no fue tan casual su ubicación en la intersección de dos calles con nombres de navegantes con resonancia británica, al igual que la procedencia de los capitales que transformaron la ciudad en “nudo ferropuerto”.

No es de extrañar entonces, que en esta “tercera fundación” algunos mojoneros edilicios del período fundacional anterior, hayan sido sustituidos por nuevos espacios configurados según la estética utilitaria de una de las empresas paradigmáticas de la expansión de los capitales americanos que lideraron esta etapa de neo-liberalismo y el fin de la guerra fría.²⁰

Cuando el derrumbe ya estaba consumado y con la intención de clausurar todo debate, el diario local bajo el rótulo “Nada que objetar” difundía la postura de la Comisión de Preservación del Patrimonio Histórico, Arquitectónico y Urbanístico del Partido de Bahía Blanca, según la cual “...actúa siempre en salvaguarda de los intereses culturales del partido de Bahía Blanca. Pero ello no implica de manera alguna, oponerse sistemáticamente a la remoción o demolición de cualquier obra de la ciudad por antigua que sea, ya que ello conllevaría a detener el progreso edilicio de Bahía Blanca.”²¹ Una vez más, el poderoso imaginario del progreso fue resignificado para saldar la polémica por la destrucción de la casona de 1910 con su cúpula que de mascarón de proa en tiempos de la “britanización”²² descendió escindida -como la división del trabajo implementada por el método McDonald- junto al logo publicitario del local de comida chatarra. El otro fragmento ya descartado y sin mediación alguna, encontró su destino en el basural, en tanto cementerio-albergo de las ruinas del progreso.

¹⁸ Bolivia fue el primer país del mundo donde el gigante de comida rápida McDonald's, fracasó al tratar de instalarse y adaptarse a la cultura alimenticia local. En el documento “¿Por qué quebró McDonald's en Bolivia?”, realizado con ayuda de cocineros, sociólogos e historiadores, la empresa reconoce la derrota de la compañía estadounidense ante el tradicionalismo de la alimentación del país y la mentalidad de su población. *ABC*, Madrid, 6/08/2012.

¹⁹ “Bahía de Shopping: EL primer gigante en la avenida sarmiento: en la segunda quincena de agosto abrirá sus puertas el shopping que Granico S.A. construyen en Sarmiento al 4000. Según explicó a este diario Carlos Meinberg director comercial de la empresa, en 30 días más comenzará la entrega de locales a los futuros locatarios para iniciar la etapa final de decoración... También habrá nuevos espacios muy grandes que serán operados por Musimundo con más de 500m2 y por McDonalds con 350 m2, explico”. *La Nueva Provincia*, año 100, 24/5/98', P.6.

²⁰ Recomendamos ver la película alemana de 2003, *Good Bye, Lenin!* dirigida por Wolfgang Becker.

²¹ *La Nueva Provincia*, 12/3/98', p. 8

²² Sobre la noción de “britanización”, ver (Ribas y Tolcachier, 2012: 46).

Desde la perspectiva de la “destrucción creativa”,²³ habría que amplificar la mirada hacia lo que sigue sucediendo con todo lo sobrante, hacia aquello calificado de inservible y por lo tanto destinado a ser desechado y excluido. Podríamos pensar en la proliferación de asentamientos precarios, en la multiplicación de geriátricos, en los talleres cerrados devenidos en museos, en los trabajadores desocupados reconvertidos en cartoneros, etc.(Bauman, 2011).

A veinte años del caso reseñado, las demoliciones de edificaciones históricas se suceden ininterrumpidamente. Sobre los escombros de las viejas casonas se erigen edificios de departamentos que proliferan al ritmo de los fideicomisos alimentados por burbujas financieras. El registro patrimonial permanece sin actualizar desde el año 1992 y el ángel del progreso continúa desplegando sus alas.

BIBLIOGRAFIA

Auge, Marc (1993) *Los “no lugares” espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, (Barcelona: Gedisa).

Bauman, Zygmunt (2011)*Daños colaterales. Desigualdades sociales en la era global*, (México: FCE).

Chartier, Roger (1996), *El mundo como representación*, (Barcelona: Gedisa).

Harvey, David (2007), “Neoliberalism as Creative Destruction”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 610, issue 1.

Heredia Chaz, Emilce (2018), *Cuaderno N° 6: La Tercera Fundación de Bahía Blanca: la ciudad en la transformación neoliberal*, Colección Cuadernos de Historias del Sur Bonaerense, (Bahía Blanca: EdiUNS).

Larosa, Rosana (2011) *Los cementerios-parque y las nuevas representaciones de la muerte en Bahía Blanca, 1990-2010*. Tesis de grado inédita, Departamento de Humanidades, (Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur).

Pupio, Alejandra y Hernán Perrière (2013), *Cuaderno N°4. Malones, fortines y estancias en la identidad de General Daniel Cerri*, (Bahía Blanca: EdiUns).

Ribas, Diana y Fabiana Tolcachier (2012) *Cuaderno N°3. La California del Sur. De la construcción del nudo ferro-portuario al centenario local (Bahía Blanca, 1884-1928)*, (Bahía Blanca: EdiUns).

²³ La creación de este sistema neoliberal ha involucrado mucha destrucción, no sólo de previos marcos y poderes institucionales (tales como la supuesta soberanía previa del Estado sobre los asuntos políticos-económicos) sino también de divisiones laborales, de relaciones sociales, provisiones de seguridad social, mezclas tecnológicas, modos de vida, apego a la tierra, costumbres sentimentales, formas de pensar, etc. (Harvey,2007:3)

Ritzer, George (1996) *La mcdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*, (Barcelona: Ariel).

Sarlo, Beatriz (1994) *Escenas de la vida posmoderna: Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. (Buenos Aires: Ariel).