



Shopping Alto Palermo, Juan Carlos López y asociados, 1990. La arquitectura *kitsch* para el espectáculo

actividades de la cultura y las comerciales financieras. Un nuevo centro recreativo-comercial, y hasta cultural, de consumo exclusivo, se ha formado dentro de la antes residencial zona norte de la capital y otros también, en el confortable interior de los *shopping-centers*.

A su vez, la política de privatización de los bienes estatales, considerada hoy la panacea para la crisis económica, ha afectado a ese bien de todos los habitantes: su ciudad. Ha comenzado la gradual cesión de sus áreas verdes públicas para una explotación privada tergiversadora de los usos tradicionales de esos predios. Se han dado en concesión sectores del Parque de Palermo y una franja de tierra creada entre la Avenida Costanera Norte y el Río de la Plata para usos comerciales y recreativos selectivos y se ha otorgado la habilitación a particulares para la explotación de plantas bajas de escuelas públicas con locales también comerciales.

Junto con la pérdida de la representatividad del lugar público se insinúan ciertos ámbitos de vida «medievalizantes»: torres de vivienda en plena ciudad, aisladas en parques limitados por muros custodiados, urbanizaciones exclusivas con equipamiento educativo, recreativo y comercial propios. Se conforma así una ciudad con situaciones cerradas, segregadas (una es el *shopping*), junto con las manzanas, las calles y las plazas de siempre que van quedando para «los otros».

En lo que va de los noventa, con un Buenos Aires preeminente frente a un interior del país con poca presencia, la «gran arquitectura» ha rozado por ahora sólo ciertos temas: residencias importantes, hoteles, comercios y lugares de diversión de lujo y los edificios-espectáculo y -mercancía a

la vez: *shopping-centers*. Desaparecido el Estado constructor, la iniciativa privada no parece por ahora preocupada por una arquitectura para las necesidades sociales básicas —vivienda, salud y educación— en permanente déficit a veces en número, a veces en calidad.

La cultura de la imagen, reflejo sin duda de lo que acontece en cierta parte del mundo, nos ha alcanzado porque nos sigue gustando ser universales «al día». San Agustín dijo que la vida, sin embargo, no es un espectáculo sino una realidad difícil. Frente a la pantalla de TV o en el paseo por el *shopping* tenemos el espectáculo; dentro de nosotros... algunos, la realidad difícil de la crisis de la ciudad como lugar integrador de vida. Queda por esperar que la arquitectura de la identidad, de la modernidad apropiada y, sobre todo, la de la habitabilidad y del sentido social, vuelva a darnos alguna nueva señal construida, que regrese de lo que suponemos son sus vacaciones.

**Julio Cacciatore**

