

# TRANSFORMACION DE UN BARRIO

Cervecería Palermo / Alto Palermo Shopping

Juan Manuel Muñoz

Profesora: Dra. Arq. María Marta Lupano  
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo  
Universidad de Buenos Aires

2014

## Índice

### *Introducción*

### *Cervecería Palermo*

- Situación del país en la década de 1890
- El barrio de Palermo
- La Sociedad "Cervecería de Palermo"

### *La historia*

- Los primeros años
- El Grupo Bemberg
- La caída del Imperio
- El retorno a los Bemberg
- Cierre y mudanza

### *Los 90's*

### *Conclusión*

- Sobre las transformaciones en los barrios, las modificaciones en los usos del suelo, el avance del tiempo y el poder de adaptación de las construcciones y las ciudades.

### *Bibliografía*

### *Memoria*

### *Agradecimientos*

## Introducción

Cuando llegué a Buenos Aires (en 2006), no sabía ubicarme en la ciudad, me perdía cada vez que salía de paseo sin mi Guía T, y recién después de preguntar varias veces me orientaba en mi camino de vuelta.

Todo me parecía arbitrario. Los nombres de las calles, la disposición de las manzanas, las cortadas, las diagonales, los pasajes. Todo era nuevo.

Es que habiendo vivido toda la vida en un pueblo del interior, con un cardo y un decumano, donde todas las manzanas eran cuadrados de cien por cien, y donde había una plaza en el centro de cada sección, me resultaba muy difícil adaptarme a este nuevo sistema, donde parecía que las calles las habían sido trazadas al azar, con diagonales, cortadas y calles que se curvaban o se cruzaban consigo mismas.

En ese entonces, mi único punto de referencia era el barrio de Palermo. Más precisamente el Alto Palermo. Desde ahí sabía perfectamente ir y volver sin problemas, y como la mayoría de mis amigos vivían (viven) en esa zona, solo tenía que enfrentarme a la ciudad desconocida para hacer algún trabajo de la facultad.

Al principio, Palermo se me presentó (como a varios) como el polo comercial por excelencia de la ciudad, el lugar indicado para ir a comprar ropa, salir a tomar algo a algún bar de moda y cruzarse con los famosos que trataban, sin éxito, de pasar desapercibidos entre la gente común.

No fue hasta finales de mi carrera en Arquitectura, que me enteré que el barrio no siempre había sido así, que el Palermo comercial que conocemos (y ni hablar de los miles de Palermos que florecen cada año), era un invento moderno. Y no solo eso, sino que además, en sus inicios, el barrio había sido mayormente industrial. Todavía recuerdo mi sorpresa cuando me dijeron que en el lugar donde ahora estaba el Alto Palermo, al que yo asistía periódicamente, antes había una Cervecería.

Sin embargo, luego de pensarlo un poco, esto tenía sentido. Es habitual que en las ciudades modernas se dé un continuo cambio en los usos del suelo, una constante transformación de las ciudades y de los bienes que alojan, que les permiten ir evolucionando, creciendo y adaptándose a los nuevos tiempos.

Analizando mapas históricos de la ciudad de Buenos Aires<sup>1</sup>, es posible detectar los cambios que se produjeron en las parcelas, las calles y la transformación de los usos del territorio. Uno de los ejemplos más evidentes se

---

1 Mapa interactivo de la Ciudad de Buenos Aires, Plano de normativa y usos del suelo, y fotografías aéreas y satelitales, [mapa.buenosaires.gob.ar](http://mapa.buenosaires.gob.ar)

da en la construcción de las avenidas de Mayo y 9 de Julio, claro signo de que la ciudad necesitó actualizarse para poder responder a nuevas demandas de la modernidad.

Otro caso a mencionar se da a partir del crecimiento de la ciudad, industrias que fueron relocalizados en las afueras del casco fundacional por motivos de incompatibilidad con los sectores residenciales (ruido, malos olores, polución, etc.), comienzan, a raíz del aumento poblacional, a rodearse nuevamente de equipamiento, comercios y viviendas, y quedan por lo tanto incluidas en la creciente mancha urbana.

Usualmente, luego de un nuevo traslado, algunos de los sectores vacantes cambian de función y son reincorporados a la trama urbana con un nuevo uso, mientras que otros son demolidos y reemplazados por mega obras.

## Cervecería Palermo

En la ciudad de Buenos Aires encontramos varios ejemplos de edificios que con el correr del tiempo cambiaron su función y transformaron así su entorno: mercados como el Spinetto, el Abasto o el Mercado del Pescado en Barracas, convertidos hoy en centros comerciales y culturales; la ex fábrica de aceite Nidera, reformada para la Fundación Konex; también algunos fueron demolidos, como la antigua penitenciaría ubicada en Las Heras y Coronel Díaz, vuelta en un parque; el Mercado del Plata, sustituido por el Edificio del Plata, que alberga oficinas y dependencias del Gobierno de la Ciudad; o los grandes galpones -que aparecían desparramados por la ciudad- cuyos terrenos eran ideales para construir torres y conjuntos habitacionales.

Entre estos casos, uno de los más interesantes se da en el barrio de Palermo, donde en 1897 se instala, en la intersección de las avenidas Santa Fe y Coronel Díaz, la Cervecería Palermo, ejemplo que se desarrollará en este estudio.

Este trabajo de investigación se propone mostrar la evolución de un sector de Palermo caracterizado en un primer momento por su impronta industrial pero que, a partir de diferentes sucesos, fue cambiando su imagen hasta convertirse en el polo turístico y comercial que es hoy.

### *Situación del país en la década de 1890*

Hacia 1890, el país venía de vivir una situación de crisis. Durante varios años se había ajustado al modelo agroexportador que, si bien había resultado exitoso en cuanto a crecimiento del PBI, se basaba en la afluencia de capitales extranjeros dirigido al mercado internacional de exportación de materias primas, como carne y granos. Durante la presidencia de Juárez Celman, se produjo un período de especulación financiera, que hizo que varios bancos abrieran sedes en la ciudad. A fines de la década de 1880, tanto el Banco Constructor de La Plata como el Banco Nacional caen en quiebra, desatando una crisis a nivel nacional conocida como el Pánico Bancario, por la que el Estado Argentino entró en cesación de pagos y se declaró en bancarrota<sup>2</sup>.

Seguido de este episodio, se desata la Revolución del Parque, una insurrección cívico-militar que se produjo el 26 de Julio de 1890, y que estuvo dirigida por la Unión Cívica. Esta revolución fue derrotada por el gobierno, pero la lucha armada llevó a la renuncia del presidente Miguel Juárez Celman.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Felipe Pigna: Juárez Celman y la revolución de 1890, El Historiador, [www.elhistoriador.com.ar](http://www.elhistoriador.com.ar)

<sup>3</sup> Felipe Pigna: Alem y la Revolución del Parque, El Historiador, [www.elhistoriador.com.ar](http://www.elhistoriador.com.ar)

En el año 1891 se creó el Banco de la Nación Argentina, que trataba de promover la agricultura y la ganadería, para intentar volver a poner en funcionamiento el sistema económico argentino, que se encontraba colapsado. Una nueva revolución azotó al país en el año 1893. Una vez más, la ahora Unión Cívica Radical se enfrentó a las fuerzas armadas, reclamando la deposición del gobierno fraudulento del presidente Sáenz Peña y pidiendo que se celebraran elecciones abiertas. Los revolucionarios tomaron temporalmente varias provincias, pero fueron finalmente derrotados por el General Julio Argentino Roca.<sup>4</sup>

La situación industrial de la época no estaba mucho mejor, como por ejemplo en el caso de la industria cervecera. A pesar de que a principio de 1893 se había pronosticado un gran año para la producción de cerveza, todas las quincenas y durante varios meses posteriores, el Boletín Industrial comunicó que en el consumo y producción de cerveza "sigue notándose la misma paralización que la quincena anterior" debido a una mala estación<sup>5</sup>. Recién en el mes de Octubre se comienza a anunciar el inicio de algunos negocios en el rubro cervecero, sobre todos por parte de la Cervecería Bleckert, que logra concretar algunos<sup>6</sup>.

En el año 1896, ya había un total de 383 establecimientos entre destilerías, licorerías y fábricas en todo el país, con una producción en conjunto de unos 35 millones de litros. Además se encontraban varias cervecerías repartidas por todo el territorio, lo que hacía poco rentable la importación.<sup>7</sup> Para 1897, la situación estaba normalizada, pero el país todavía estaba en proceso de recuperación, nuevos grupos inversionistas comenzaban a llegar a la Argentina, y los que habían sido víctimas de la crisis estaban lentamente poniéndose en pie.

Refiriéndose a la situación de principios del 1900, Victorino de la Plaza escribe: "El sistema de protección a las llamadas industrias nacionales, se ha venido acentuando desde hace más de doce años, y el consecuente descenso de la renta ha marchado en relación con el aumento de los impuestos y tarifas. Tales efectos han sido puestos de relieve por las diversas comisiones nombradas para su estudio, muy especialmente por la del año 1901/2, y por la Comisión de Presupuesto de la Cámara de Diputados para 1903 en cuyo informe, publicado el año pasado, se demuestra con cifras irrefutables y datos fidedignos lo que con verdad allí se dice: donde aumenta el derecho disminuye el consumo, y en muchos casos la renta y vice-versa".<sup>8</sup>

Y es que, a pesar de que el país estaba saliendo de la crisis y la inflación estaba disminuyendo, los precios no bajaban y los salarios se mantenían estables, lo que generó un malestar en la población, que sin embargo no era comparable al vivido durante los primeros años.<sup>9</sup>

4 UCR: Las Revoluciones del 93, Evolución del Radicalismo, [www.ucrcapital.org.ar](http://www.ucrcapital.org.ar)

5 D. Helguera: Boletín Industrial, año IV, volumen III, 21 de Agosto de 1893, Buenos Aires.

6 Ibidem.

7 Bureau of the American Republics, Commercial directory of the American Republics, 1897, Washington.

8 V. de la Plaza: Estudio sobre la situación política, económica y constitucional de la República Argentina, 1903, Buenos Aires.

9 Ibidem.

### *El barrio de Palermo*

Hacia mediados del siglo XIX, y con la construcción de la finca de Rosas, Palermo se perfilaba como uno de los futuros barrios de mayor poder adquisitivo de la ciudad. Una de las primeras obras de infraestructura fue la creación del camino de Palermo, antecesor de la Avenida Del Libertador. Esta arteria se realizó con un criterio paisajístico, que consistía en un paseo de más de un kilómetro y medio, con hileras de árboles a ambos lados, y con un canal central por donde corrían las aguas que llegaban hasta la residencia de Rosas y de allí se derivaban al río. Este camino era además una atracción turística aprovechada por los extranjeros que visitaban la ciudad.<sup>10</sup>

En 1870 comienzan a aparecer residencias hacia el norte de la ciudad, y es entonces cuando el presidente Sarmiento presentó un proyecto de conservación y rehabilitación de la reserva que es hoy el Parque Tres de Febrero, proyecto éste que fuera resistido por el anti federalismo, y que se hace efectivo por ley del 25 de junio de 1874<sup>11</sup>.

El 11 de noviembre de 1875 tuvo concreción la iniciativa de Sarmiento y se inauguró el parque Tres de Febrero. Poco después fueron creados el Jardín Botánico y el Jardín Zoológico<sup>12</sup>. Ya en la década de 1880 se instalaron en el barrio las cañerías destinadas al agua corriente y a desagües cloacales, una de las mayores obras de infraestructura de la época. Sin embargo, el gas, la electricidad y otros servicios públicos tardarían unos años más en llegar debido al costo de las obras.<sup>13</sup>

Desde fines de 1880 algunas fábricas comenzaron a instalarse en el barrio, generando dinamismo y crecimiento.<sup>14</sup> Diez años más tarde, se podían encontrar varias fábricas de carruajes, tonelerías, fábricas de muebles, y de hielo, talabarterías, etc.<sup>15</sup>

En el mapa que se muestra a continuación, se puede observar la ubicación de las empresas e industrias que, según la Guía comercial de las Américas, de 1897, figuraban en las cercanías de la Cervocería.

10 Subsecretaría de planeamiento urbano de la Ciudad de Buenos Aires: Palermo, 2009, Buenos Aires. [www.ssplan.gov.ar](http://www.ssplan.gov.ar)

11 Registro Nacional de la República Argentina, Año 1874, pág. 398-399, Buenos Aires.

12 Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires: Memoria, 1875, pág. 149, Buenos Aires.

13 Subsecretaría de planeamiento urbano de la Ciudad de Buenos Aires: Palermo, 2009, Buenos Aires. [www.ssplan.gov.ar](http://www.ssplan.gov.ar)

14 Ibidem.

15 Bureau of the American Republics, Commercial directory of the American Republics, 1897, Washington.





Como se puede observar, la mayoría de los establecimientos se ubicaban sobre las Av. Santa Fe y Scalabrini Ortiz (Canning al momento de la Guía). En el Anexo I hay una lista de todos los establecimientos que se indican en el presente mapa, y en el Anexo II hay un mapa de detalle del barrio inmediato de la Cervecería Palermo.

### *La Sociedad "Cervecería de Palermo"*

El 10 de Marzo de 1897, mediante un decreto del entonces presidente de la República Argentina, José Evaristo Uriburu, se aprueba el estatuto que da origen a la sociedad conocida como "Cervecería de Palermo".<sup>16</sup> Como veremos a continuación, esta sociedad estaba conformada por numerosos personajes de la época, entre ellos Ernesto Tornquist, y contaba con el respaldo de capitales uruguayos.

Tornquist pertenecía a una familia de inmigrantes alemanes, y su padre se desempeñaba como cónsul de la ciudad de Bremen, en Montevideo, dedicándose además a la importación y a los negocios inmobiliarios entre Argentina y Uruguay.<sup>17</sup>

En 1872, Ernesto se casa con su sobrina, Rosa Altgelt, y comienza a trabajar en la empresa de su suegro (Altgelt, Ferber y Cía.), que al retirarse, lo deja como accionista mayoritario, por lo que la empresa pasa a llamarse Ernesto Tornquist y Compañía. A partir de esto, la empresa comienza a diversificar sus actividades,

16 Boletín Oficial de la República Argentina, año IV, núm. 1063, 11 de Marzo de 1897, pág. 518, Buenos Aires.

17 Jorge Gilbert: Ernesto Tornquist: Entre los negocios y las políticas económicas. Revista de Instituciones, Ideas y Mercados, N2 58, Mayo 2013, pág. 47-78, Buenos Aires [www.essade.edu.ar](http://www.essade.edu.ar)

que incluyeron la pesca, la producción de madera, la industria azucarera, fundiciones, astilleros, aceiteras, talleres metalúrgicos, explotación petrolera, y la caza de ballenas, entre otros.<sup>18</sup>

Conrado Ferber, otro de los integrantes de la Sociedad, era hijo del comerciante hamburgués Roberto Augusto Ferber, quién había fundado en 1858 en sociedad con Altgelt, una importante casa comercial. Conrado estaba vinculado al mundo financiero de Buenos Aires, siendo uno de los socios de Ernesto Tornquist y Cía. primero, y tomando un gran papel dentro de la Sociedad Cervecería de Palermo, más tarde, ya que de las cinco mil acciones que tuvo la compañía en un principio, la mitad estaban a nombre de la Cervecería Uruguaya, otra empresa de la familia Ferber.<sup>19</sup>

Un tercer integrante pudo haber sido el Ministro de Agricultura, Horacio Beccar Varela, que fue por un tiempo presidente del directorio de la Cervecería Palermo, e integrante de numerosas otras empresas, tanto nacionales como internacionales, a las que representaba legalmente.<sup>20</sup>

Un posible integrante más, del que no se tiene otra constancia, es nombrado en el trabajo de investigación realizado por Nicolás Covello, en referencia a su familia, donde indica que su tatarabuelo, un inmigrante italiano residente en Uruguay de apellido Bugliot, fue partícipe de la fundación de la Cervecería, pero que al corto tiempo vendió su parte de las acciones a Otto Bemberg.<sup>21</sup>

Además, según la investigadora Alejandra Salomón, la Cervecería Palermo, fue fundada en parte por la familia Bemberg, lo que nos lleva a pensar que, desde el inicio, estos contaban con al menos una parte minoritaria de las acciones de la empresa.<sup>22</sup>

18 Ibidem.

19 Raúl Jacob: Los grupos económicos de la industria cervecera uruguaya: Una perspectiva histórica, 2012, Montevideo, [www.fcso.edu.uy](http://www.fcso.edu.uy)

20 Felipe Pigna: Un curioso gabinete "de lujo", Clarín, 20 de Enero 2008, Buenos Aires.

21 Nicolás Covello: Proyectos jóvenes de investigación y comunicación, Universidad de Palermo, 2014, Buenos Aires, [www.fda.palermo.edu](http://www.fda.palermo.edu)

22 Alejandra Salomón: Política agraria de alto impacto. Aproximaciones a partir de una expropiación rural del Grupo Bemberg durante el primer peronismo. Revista Estudios de Investigaciones Socio-Históricas Regionales. Unidad Ejecutora en Red - CONICET, año 3, núm. 6, 2013, Buenos Aires, [www.ishir-conicet.gov.ar](http://www.ishir-conicet.gov.ar)

## La historia

### *Primeros años*

En Enero de 1897, el estado emitió un decreto que establecía las condiciones para los impuestos sobre los productos nacionales para ese año. En su artículo n°33, se indica que "Los cerveceros llevarán un libro rubricado por el inspector de sección, en el que se anotará diariamente las cantidades de materias primas entradas en la cervecería, las empleadas, la cantidad de cerveza que estimen haber producido y las salidas verificadas."<sup>23</sup>

Hasta los últimos meses de 1897, los impuestos internos recaudados sobre la cerveza, eran de \$0,05/litro<sup>24</sup>, y se abonaban no sobre lo vendido, sino sobre lo producido por la fábrica.

A comienzos de 1898, se reelabora la Ley de Aduanas, y se actualizan los precios de los impuestos sobre las manufacturas, estableciendo que las cervezas en casco pagarán \$0.09 por litro, y \$0.12 las botellas<sup>24</sup>. En un apartado especial, se indica que "Cuando los vinos y demás bebidas vengan con mayor graduación alcohólica que la establecida, pagaran un centavo por cada grado y fracción de exceso y por litro", sin embargo, en un decreto emitido por la Dirección General de Rentas en Diciembre de 1897, se indica que "[...] en cuanto a si la cerveza que se introduce debe o no considerarse como bebida alcohólica, manifiéstese también, que ella no se encuentra en esas condiciones, por cuanto su base no es el alcohol"<sup>25</sup>

Es evidente que había opiniones encontradas con respecto a si la cerveza debía ser tenida en cuenta como una bebida alcohólica o no. Al mismo tiempo, comparando los impuestos y reglamentaciones aplicados sobre bebidas alcohólicas y no alcohólicas, puede observarse que la normativa para los productos alcohólicos era mucho más estricta y que, además, los impuestos eran mucho más altos: \$0.345/litro, aparte de los impuestos propios de cada bebida alcohólica lo que, en el caso de los vinos (\$0.09), hacía un total de \$0.435 por litro.

El 27 de Octubre de 1897, se decretaba la concesión del servicio de agua solicitado por el representante de dicha sociedad, para el terreno de la calle Coronel Díaz 600<sup>26</sup>, y para Diciembre de ese año, se registraba con la patente 6565 la marca Palermo "para distinguir bebidas, especialmente cerveza"<sup>27</sup>, y ya en 1898 comienza la producción de sus marcas comerciales Victoria y Salvator, y hielo, con tan buena repercusión que, en ese mismo año gana el Diploma de Honor y la Medalla de Oro en el Concurso Internacional de Cervezas de

23 Boletín Oficial de la República Argentina, año IV, núm. 1048, 26 de Enero de 1897, pág. 211, Buenos Aires.

24 Boletín Oficial de la República Argentina, año V, núm. 1322, 4 de Enero de 1898, pág. 13, Buenos Aires.

25 Boletín Oficial de la República Argentina, año V, núm. 1392, 8 de Diciembre de 1897, pág. 504, Buenos Aires.

26 Boletín Oficial de la República Argentina, año V, núm. 1269, 28 de Octubre de 1897, pág. 253, Buenos Aires.

27 Boletín Oficial de la República Argentina, año IV, núm. 1083, 11 de Marzo de 1897, pág. 327, Buenos Aires.



Hamburgo, y el Gran Diploma de Honor en la Exposición Nacional de Buenos Aires, y en 1901, gana también la Medalla de Oro en la Exposición Panamericana realizada en Buffalo.<sup>28</sup>

Al ser una de las tres cervecerías instaladas dentro de la Capital (y de las sólo 18 importantes del país), en sus primeros años, la Palermo tuvo una acentuada demanda de su producto, acompañado por un gran ingreso, que llevó a incrementar su capital inicial (de aproximadamente cuatro millones de pesos) casi exponencialmente.<sup>29</sup> Ya en marzo de 1902, el directorio de la cervecería llama a una asamblea extraordinaria de accionistas, para pedir la autorización para incrementar su capital social en quinientos mil pesos de moneda nacional.<sup>30</sup> Con este dinero, se realiza una importante ampliación de los depósitos, sótanos y administración de la planta, y se adquieren nuevas maquinarias que ayudan a aumentar la producción.<sup>31</sup>

En las imágenes siguientes, puede observarse el edificio original de la fábrica, donde suponemos que se instalaron las oficinas administrativas de la compañía<sup>32</sup>, bastante pequeño en comparación al gran establecimiento en que se convirtió luego de las ampliaciones.<sup>33</sup> En esta segunda imagen se puede observar en primer plano un edificio que correspondería a la nueva ubicación de la administración, ya que en otras postales de esa época se indica Coronel Díaz 600 como dirección de las oficinas de la planta.



En ese mismo año se establecen sucursales en La Plata, Rosario y Córdoba, que ayudan a reducir los costes de transporte y manipulación del producto, y por lo tanto disminuye su precio al público. En el año 1908, el Boletín de la Unión Industrial Argentina, coloca a la Cervecería Palermo en el tercer puesto en la lista de fábricas con mayor producción de cerveza, con 80.000 hectolitros, siendo superada solamente por la Quilmes,

28 Museo de la Publicidad: Marcas con Historia, [www.marcasconhistoria.com.ar](http://www.marcasconhistoria.com.ar), y postales emitidas por la fábrica.

29 Anibal White: La industria cervecera por dentro, 1946, Buenos Aires.

30 Boletín Oficial de la República Argentina, año X, núm. 2549, 19 de Marzo de 1902, pág. 7619, Buenos Aires.

31 Museo de la Publicidad: Marcas con Historia, [www.marcasconhistoria.com.ar](http://www.marcasconhistoria.com.ar)

32 La Revista Patriótica, 1899, Buenos Aires.

33 Postal emitida por la Cervecería Palermo, 1904

en primer lugar con 400.000 hectolitros, y la Bieckert ocupando el segundo con 140.000.<sup>34</sup>

Según la revista *Economía Argentina* de enero de 1934, entre los años 1902 y 1932, el consumo de cerveza por habitante fue creciendo constantemente, en el cuadro siguiente, se puede observar, a modo de ejemplo, que cantidad de habitantes tenía el país, en comparación a la cantidad de litros de cerveza elaborados por los establecimientos nacionales, durante los primeros diez años de este período.<sup>35</sup>

| Año  | Población al comienzo de cada año | Consumo total en litros | Litros por habitante |
|------|-----------------------------------|-------------------------|----------------------|
| 1902 | 4.740.758                         | 26.824.182              | 5,66                 |
| 1903 | 4.871.792                         | 32.207.450              | 6,61                 |
| 1904 | 4.976.137                         | 35.233.590              | 7,08                 |
| 1905 | 5.108.602                         | 49.651.931              | 9,73                 |
| 1906 | 5.289.948                         | 65.138.677              | 12,31                |
| 1907 | 5.524.017                         | 66.296.118              | 12,00                |
| 1908 | 5.821.846                         | 75.990.698              | 12,05                |
| 1909 | 6.046.500                         | 77.989.209              | 12,89                |
| 1910 | 6.331.417                         | 88.764.851              | 14,01                |
| 1911 | 6.596.022                         | 87.346.315              | 13,25                |
| 1912 | 6.913.540                         | 101.504.412             | 14,60                |

### *El Grupo Bemberg*

En 1918, cuando la Palermo se encontraba en la cima de su desarrollo, es comprada por la familia Bemberg. Otto Bemberg había llegado a la Argentina en 1850, y en 1888 había establecido su cervecera en Quilmes, como parte de su empresa *Brasserie Argentine* con sede en París.

Desde sus inicios en la industria cervecera argentina, los Bemberg se pusieron como objetivo adquirir las fábricas de la competencia. Para el año 1932, la revista "La industria cervecera" en su N° 17 del mes de Junio da a conocer la nómina de algunas de las diversas entidades que integran el grupo Bemberg, entre las que no sólo se pueden observar muchas de las grandes fábricas cerveceras y malterías de la época, como Schlau, Santa Fe, o la Córdoba, sino que también figuran varias otras empresas ligadas a la producción de cerveza, como la Cía. de Tranvías de Buenos Aires (que transportaba la producción desde Quilmes a la Capital), la Cristalería Rigolleau (que se encontraba cerca de la planta de Quilmes y la proveía de botellas), y varias otras industrias y

34 Jorge di Fiore: *Botellas de cerveza de gres*, Magazine 2005-2009, Abril 2009, [www.botelladecerveza.com.ar](http://www.botelladecerveza.com.ar).

35 Anibal White: *La industria cervecera por dentro*, 1946, Buenos Aires.

haciendas, donde se producían las materias primas para la elaboración de la cerveza.<sup>36</sup>

Desde sus inicios, la Quilmes había fomentado la cuestión social entre sus empleados, construyendo viviendas para los trabajadores y generando espacios de interacción. Según describe la arquitecta María Marta Lupano<sup>37</sup> Dentro del conjunto de la fábrica, se destinó la última manzana, la más alejada del sector público, a la localización de las viviendas de los jefes y de los trabajadores cerveceros. Además de la residencia del director técnico, estaban los departamentos destinados a los capataces, oficiales toneleros y cerveceros, y los maquinistas, personal imprescindible para el funcionamiento eficiente de la fábrica, y la casa comunitaria de los peones. El terreno que rodeaba a las viviendas estaba forestado y dividido en jardines, para esparcimiento de los niños y las esposas de los capataces.

[...] Las casas se encontraban dentro de los límites del establecimiento, pero alejadas virtualmente del sector propiamente fabril. También se verifica cierta estratificación en la organización de la pequeña urbanización, acorde con los cargos ocupados. [...]

Las casas para capataces y maquinistas casados son cómodas y espaciales. Cada departamento consta de dos o tres piezas con su cocina, cuarto de baño, etcétera.

Los capataces eran los intermediarios entre los jefes y los obreros, debían supervisar y disciplinar a la mano de obra que estaba a su cargo; de allí la necesidad, para la empresa, de ofrecerles un tipo de vivienda que se diferenciara de la de los trabajadores bajo su mando. Por eso la casa de los peones era colectiva y constaba de dos pisos. [...]

Dentro del conjunto también estaba la vivienda del director técnico, pero en este caso la urbanización cercada le permitía tener una mayor supervisión de las actividades no específicamente laborales de su personal, lo que incluía el control sobre la vida cotidiana de todos los miembros. [...] Por su implantación exenta y rodeada de jardines, con una cancha de tenis y una quinta de frutales, su arquitectura, la calidad de los materiales constructivos y su ubicación estratégica, la casa del director se destacaba dentro del conjunto. Vecina a ésta vivienda se encontraba la del ingeniero, profesional fundamental para el funcionamiento óptimo de la fábrica, cuyo diseño, similar al anterior, denotaba la importancia jerárquica del residente.<sup>38</sup>

En 1924 se comienza a construir la Villa Argentina, un conjunto que se ubicó en un terreno adyacente a los depósitos de la fábrica, separada del Parque de la Cervecería por una avenida.

“El conjunto, conformado por 188 viviendas, fue edificado en dos etapas con notables diferencias.

La primera se realizó en la década de 1920, con la construcción de 120 casas sobre el lado norte. El resto se

<sup>36</sup> Jorge di Fiore: Botellas de cerveza de gres, Magazine 2005-2009, Abril 2009, [www.botellasdecerveza.com.ar](http://www.botellasdecerveza.com.ar).

<sup>37</sup> María Marta Lupano: La Gran Familia Industrial. Santiago Arcos. Buenos Aires, 2009.

<sup>38</sup> *Ibidem*.

edificó durante los años de 1940, y recibió el nombre de Villa Nueva Argentina, para diferenciarlo del más antiguo. [...]

Uno de los rasgos más interesantes de la urbanización es su trazado, que difiere de la cuadrícula tradicional quilmeña. El barrio se estructuró sobre una avenida principal, diagonal al conjunto, sobre la que se ubicaron dos plazoletas, desde donde parten en sentido radial las demás calles de la urbanización. [...]

Las casas construidas en la década de 1920, se ubican a lo largo de toda la avenida principal, y perimetralmente en las primeras manzanas, cercanas a los portones del acceso principal. Además de las viviendas del personal subalterno, se levantó, sobre el extremo noroeste del barrio, la residencia de uno de los directores de la cervecera, cuya implantación, dimensiones, calidad constructiva y equipamiento, indicaban su jerarquía. [...]

Las (demás) casas se caracterizan por una profusa variedad de diseños sobre dos esquemas tipológicos básicos: la vivienda unifamiliar apareada de una sola planta, y la vivienda unifamiliar superpuesta de dos plantas, destinándose un nivel para cada grupo familiar. [...]

La segunda etapa de la villa se realizó en los años 1940, con unas sesenta y seis unidades [...] En este caso, se optó como tipología el chalet californiano, exento, de una sola planta, retirado de la línea de edificación y rodeado de jardines.<sup>39</sup>

Luego de la inclusión de la cervecera Palermo como parte del Grupo Bemberg, varias cosas se cambiaron en la estructura de la compañía, sus clásicas marcas Victoria y Salvator, pasaron a ser Palermo Estrasburgo blanca y negra respectivamente, y hubo cambios importantes en la política de la empresa, la Palermo ya no solo utilizaba sus ingresos para cubrir los salarios y las expectativas gananciales de los socios, sino que, al igual que su ex-competidora, Quilmes, destinó una parte a mejorar la calidad de vida de sus empleados y a establecer entre ellos un vínculo que los uniera, no solo como compañeros de trabajo, sino fraternalmente, como integrantes de la familia cervecera.

De esta manera, se comienzan a promocionar variados servicios que serán de utilidad para la vida cotidiana de los empleados de la fábrica, los que se anuncian en una publicación destinada a tal fin: Giste. Una revista similar a la que había hecho Quilmes con motivo del centenario de la República Argentina, donde se mencionan las instalaciones y funcionamiento de la fábrica, además de los beneficios que tiene la cerveza, tanto para la salud como para la vida social.<sup>40</sup>

Uno de los servicios ofrecidos en la Giste, era un Consultorio Vocacional radial que, en conjunto con el Instituto

39 Ibidem.

40 Cervecera Argentina Quilmes: La fabricación de la cerveza en la República Argentina en 1910, 1910, Buenos Aires.



de Orientación Profesional del Museo Social Argentino, ayudaba a los jóvenes a descubrir sus aptitudes y su vocación para que, conociéndose a sí mismos, opten por lo que más se amolde a su manera de ser.

La cervecería también ofrecía a sus empleados un servicio médico que no solo cubría las emergencias producidas en la fábrica sino que, según lo que se comenta en *Gisto*, era bastante completo.<sup>41</sup>

Dentro de la compañía se formó también una Asociación de ayuda mutua, de la cual surgió un club deportivo "sin otras pretensiones que el deporte mismo, para así prolongar las horas de un alto sentido de compañerismo, nacido en el trabajo cotidiano"<sup>42</sup>. Esta asociación tomaba como lema tácito el clásico "todos para uno y uno para todos", y configuraba entre otras cosas, una especie de jubilación donde, con los aportes de sus menos de doscientos integrantes, se pagaban retiros y fallecimientos.

Otro de los servicios ofrecidos, fue una Bolsa de Iniciativas de Empleados y Concesionarios, cuyo propósito era específicamente el de "estrechar vínculos entre los colaboradores de la cervecería, tomando como base el conocimiento recíproco íntimo"<sup>43</sup>. Esta Bolsa, se publicaba periódicamente como una sección de la revista *Gisto*, y daba cuenta de las ideas, sugerencias y propuestas relacionadas a la venta, manipulación, transporte e incluso sobre la publicidad de la cerveza por parte de los concesionarios. En cuanto a los empleados, la sección servía para que cada uno pudiera expresar en ella las preocupaciones relacionadas a las instalaciones de la empresa, así como también anécdotas, chistes y frases célebres, indicándolas en todos los casos con nombre y firma, para que cada uno que las leyera pudiera ir elaborando un mapa mental de "quien es quien" dentro de la fábrica, reforzando el sentido de unión.<sup>44</sup> La intención de la cervecería de pertenecer al círculo familiar de sus empleados, se veía reforzada también por la decisión empresarial de formar parte de los acontecimientos sociales en la vida de sus trabajadores, es así que constantemente se publicaban avisos de felicitación por enlaces, necrológicas referentes a parientes de los obreros, y una política de obsequios a las esposas de los empleados con motivo de un nacimiento. Estos regalos estaban conformados por un estuche, conteniendo botellas de Malta Palermo (la bebida de más alta calidad producida por la fábrica), una llave, una libreta, un folleto que contenía consejos para el cuidado de los bebés, y un bono para tres fotografías artísticas de la criatura, para cuando esta cumpliera seis meses, un año y dos, respectivamente.<sup>45</sup>

De esto (y de otras secciones de la revista, que incluían, entre otras cosas, consejos jurídicos, avisos sobre el vencimiento de impuestos y servicios, y métodos de conservación de productos alimenticios), podemos inferir que, tanto los presentes empresariales entregados por la fábrica, como la revista, estaban orientados

<sup>41</sup> Cervecería Palermo: *Gisto*, año 1, núm. 1, 1943, Buenos Aires.

<sup>42</sup> *Ibidem*.

<sup>43</sup> *Ibidem*.

<sup>44</sup> *Ibidem*.

<sup>45</sup> *Ibidem*.



probablemente a los obreros con menores ingresos, que no tenían acceso a una educación adecuada.

Además, volviendo a las fotografías infantiles, se debe indicar que éstas eran publicadas como parte de una sección llamada Galería de Malta Palermo. Sin embargo, las fotos que aparecían en la revista no eran las de los hijos de los empleados, sino de los clientes, grandes hacendados cuyos apellidos se conocen hasta el día de hoy, como Dellepiane o Quintana.

Esto puede llevarnos a concluir que, si bien la fábrica otorgaba a sus empleados beneficios característicos de la gente adinerada, no los hacía formar parte de su círculo, de otra manera, las fotos publicadas en la revista habrían incluido imágenes de los hijos de los empleados, fomentando el estrechamiento de vínculos que la revista proclamaba como su lema principal.

### *La caída del imperio*

Con el paso a la familia Bemberg, otra cosa que cambia en la empresa, es el manejo del dinero. Según informa Aníbal White en su libro "La industria cervecera por dentro", en el balance de 1922, la empresa contaba con un capital de 2.500.000. Sin embargo, para 1930, su capital realizado era de 10.000.000 de pesos, y tenía un ingreso de casi 2.500.000 anuales. Este crecimiento se da, aparentemente, a partir de las ganancias no distribuidas de la empresa. Se hace evidente que los contadores y asesores de la fábrica manipulaban los números para no tener que pagar impuestos. Ya que en el Balance General de la compañía de junio de 1945, puede observarse como de varios de los rubros que figuran como activos de la empresa, se deducen entre un 79% y un 99% de amortizaciones, es decir, de depreciaciones de los bienes por su antigüedad y mal estado cosa que, de ser real, dificultaría mucho el correcto funcionamiento de la empresa.<sup>46</sup> Esto empieza a levantar sospechas en algunos ciudadanos de Buenos Aires, y comienzan los problemas para la familia de empresarios.<sup>47</sup>

En el libro de White, se hace la denuncia del trust llevado a cabo por los Bemberg. Como se explica, "trust es una palabra inglesa que significa sindicato de especuladores para hacer subir el precio de una mercancía, acaparándola, o el curso de un valor, etc."<sup>48</sup> Se indica además que la Ley N° 11.210, de 28 de agosto de 1923, declara delito "todo convenio, pacto, combinación, amalgama o fusión de capitales tendientes a establecer o sostener el monopolio y lucrar con él, en uno o más ramos de la producción, del tráfico terrestre, fluvial o marítimo, o del comercio interior o exterior, en una localidad o en varias, o en todo el territorio nacional."<sup>49</sup>

White asegura que los dirigentes de la Quilmes manipulan los fondos de las empresas que compran, evadiendo impuestos por medio de depreciaciones de los activos y creando reservas de todas clases. Dice además que

<sup>46</sup> Aníbal White: La industria cervecera por dentro, 1946, Buenos Aires.

<sup>47</sup> Ibidem.

<sup>48</sup> Ibidem.

esto llevó a los accionistas a tener que vender todas las acciones que poseían sobre las empresas en cuestión, ya que al estar todos los bienes depreciados al máximo, el valor de esas acciones comenzó a caer considerablemente, llegando a valores insignificantes.

En el mismo libro se relata también una "Infructuosa tentativa de fundar una fábrica de cerveza" donde, según se cuenta, agentes pertenecientes al Grupo Bemberg persuaden a White y su socio de comenzar una inversión en el rubro cervecero.

Es por estos motivos, que White insta al Gobierno Nacional a dar cuenta del trust cervecero y a tomar partido de la situación, expropiando las fábricas de los Bemberg y destruyendo el monopolio que estos crearon, realizando los deseos de los habitantes que quieren formar parte de la industria y no pueden debido a los impedimentos que mencionamos antes, y al gran poder económico del Grupo, que hace que solo el Estado pueda competir con él.

White asegura que esta expropiación sería de lo más fructífera para el Gobierno, ya que con las ganancias de sólo dos años de producción a ritmo normal, se podría pagar todas las fábricas expropiadas. Refiriéndose a la Memoria de Hacienda de 1944, indica que la inversión total en el conjunto de fábricas del Grupo Bemberg, asciende a 86 millones de pesos y que, según ese mismo informe se vendieron 2.250.000 hectolitros de cerveza, de los cuales 1.400.000 pertenecen a la Quilmes. Dice además que ésta gana más de \$20 por hectolitro (deducidas todos los gastos e impuestos), lo que hace una ganancia total de \$28.000.000. Por lo tanto, tomando \$20 por hectolitro como valor base, se obtendría una ganancia de \$45.000.000 por el total de la producción cervecera del país. Más de la mitad del valor total del conjunto de establecimientos cerveceros.

Otra gran ventaja para el Gobierno que nombra White, es la sencilla administración de las fábricas de cerveza, ya que es un trabajo "mecánico y rutinario, cuya mayor dificultad está en ocultar las ganancias. Además, la eliminación del monopolio cervecero promovería la descentralización de la industria, generando nuevas fábricas, con nuevos puestos de trabajo en todo el país y disminuyendo el costo de la cerveza debido a los traslados, ya que, según la Memoria de Hacienda de 1944, de los 2.250.000 litros de cerveza que se consumieron en el país en ese año, 2.000.000 habían sido fabricados en los establecimientos de Capital Federal y Quilmes.

Como capítulo final de su libro, White elabora un anteproyecto de ley de expropiación, destacando como fundamentos principales "evitar el monopolio existente. Beneficiar la economía nacional, al consumidor al rebajarse el precio de la cerveza y al productor agrario, al pagársele precios remunerativos. La libre competencia. Descentralizar la industria, llevándola más cerca de los centros de consumo. Terminar con este núcleo económico sin escrúpulos, perturbador y pernicioso a los intereses del país, que ha hecho de esta

industria su principal fuente de recursos.<sup>49</sup>

A partir de 1946, el nacionalismo económico alcanzó nueva fuerza cuando el gobierno peronista nacionalizó el Banco Central, los ferrocarriles, la compañía de teléfonos y el comercio exterior mediante la creación del IAPI. Pero la ofensiva estatal se mantuvo en esos límites. Si bien el régimen de Perón ensayó diversos instrumentos de contralor comercial y financiero de las grandes empresas, eludió la expropiación y la nacionalización de grandes sectores de la industria como la del cemento, los frigoríficos y, en gran medida, las compañías de electricidad. En este sentido, la ofensiva de Perón contra el grupo Bemberg fue excepcional, especialmente porque éste se había convertido en un símbolo de la influencia política del poder económico. Luego de la sanción, de la ley 14.122 de 1952, que dispuso la liquidación del grupo Bemberg, el Estado adquirió las empresas a precios bajísimos.<sup>50</sup> Todas las cervecerías del grupo Bemberg fueron estatizadas pasando por diversos estados legales, manteniendo el nombre original, pero agregando (EN) Empresa Nacional o (FOCASA) Fábricas, Obreras Cerveceras Argentinas SA. Entre ellas la Cervecería Palermo, que pasó a llamarse Cervecería Palermo Empresa Nacional.<sup>51</sup>

### *El retorno a los Bemberg*

En septiembre de 1955, el derrocamiento de Perón abrió una nueva etapa. A pesar de ello, la recuperación de los bienes por parte de la familia Bemberg y el reconocimiento de los derechos de los accionistas se producirían cuatro años más tarde.<sup>52</sup>

Recién a partir de mayo de 1957, comenzaron a producirse las primeras sentencias de la justicia, que con pocas excepciones beneficiaron a los accionistas y a la familia Bemberg. En total, 18 fallos anulaban la inclusión de varias empresas en la ley 14.122 o bien declararon a esa ley inconstitucional.<sup>53</sup> Sin embargo, para principios de 1958, el pleito no estaba resuelto. La elección de Arturo Frondizi como presidente reabrió las expectativas sobre la actitud que tomaría el nuevo gobierno. La devolución de las empresas no fue una consecuencia lógica de los fallos judiciales previos. En realidad, el nuevo gobierno prefirió el camino del acuerdo directo con la familia Bemberg y los accionistas de las empresas nacionalizadas antes que agotar el camino de la lucha legal.<sup>54</sup>

<sup>49</sup> *Ibidem*

<sup>50</sup> Claudio Bellini: Un conflicto entre el estado y un grupo empresario. La nacionalización de las empresas Bemberg, 1948-1955, Centro de Estudios de Historia y Desarrollo de Empresas, Universidad de San Andrés, [www.udea.edu.ar](http://www.udea.edu.ar)

<sup>51</sup> Jorge di Fiore: Botellas de cerveza de gres, *Magazine* 2005-2009, Abril 2009, [www.botellasdecerveza.com.ar](http://www.botellasdecerveza.com.ar)

<sup>52</sup> Claudio Bellini: Un conflicto entre el estado y un grupo empresario. La nacionalización de las empresas Bemberg, 1948-1955, Centro de Estudios de Historia y Desarrollo de Empresas, Universidad de San Andrés, [www.udea.edu.ar](http://www.udea.edu.ar)

<sup>53</sup> *La Prensa*, 27 de enero de 1959

<sup>54</sup> Claudio Bellini: Un conflicto entre el estado y un grupo empresario. La nacionalización de las empresas Bemberg, 1948-1955, Centro de Estudios de Historia y Desarrollo de Empresas, Universidad de San Andrés, [www.udea.edu.ar](http://www.udea.edu.ar)

### *Cierre y mudanza*

En el año 1977, y después de varias quejas de los vecinos debido a los fuertes olores que despedía la fermentación de las materias primas, inapropiados por la densidad de la población del barrio, y perjudiciales para el medio ambiente del vecindario, la gran fábrica de la Cervecería Palermo cierra sus puertas y procede a continuar su producción en la planta de Quilmes. En imágenes aéreas de la ciudad, se puede observar como poco a poco, la cervecería fue desmantelada, para quedar luego abandonada por algunos años, hasta que en 1990 se inicia en el gran solar de 65.000 m<sup>2</sup>, la construcción del Shopping Alto Palermo.<sup>85</sup>

---

<sup>85</sup> Jorge di Fiore: Botellas de cerveza de gres, Magazine 2005-2009, Abril 2009, [www.botellasdecerveza.com.ar](http://www.botellasdecerveza.com.ar).



## Los 90's

La década del 90 es recordada por muchos argentinos como una segunda "década infame", no solo por la política económica neoliberalista adoptada por el Gobierno Nacional de Carlos Menem, sino también por lo cuestionable de su accionar, privatizando gran parte de los bienes nacionales, y vendiéndolos a capitales extranjeros, reduciendo los aranceles a los productos importados y desregulando los mercados.

Uno de los grandes símbolos de esta época fueron sin duda los viajes al exterior, posibles gracias a la Ley de convertibilidad del austral, que igualó al peso con el dólar estadounidense, y detuvo la inflación.

Estas medidas contribuyeron a aumentar la inversión, las exportaciones y el crecimiento con precios estables. Pero iniciaron un proceso de desindustrialización ante la imposibilidad de competencia de la debilitada industria argentina, e hicieron a la economía más vulnerable a las crisis internacionales, esto llevó además a un aumento del desempleo, la pobreza y la precariedad laboral.

Uno de los hitos de esta década fue la aparición de los grandes centros comerciales. Los shoppings. Este fenómeno ya había tenido presencia en 1988, con el Shopping Spinetto, el primero de la Capital Federal.

Este centro comercial fue inaugurado el 10 de noviembre de 1988 y contaba con numerosos locales comerciales distribuidos en dos plantas, un patio de comidas en el piso superior, y un hipermercado Supercoop (perteneciente a El Hogar Obrero). Además, dos niveles de estacionamiento para vehículos<sup>56</sup>. Este emprendimiento suscitó quejas, no solo en los vecinos, preocupados por la transformación del antiguo edificio del Mercado Spinetto, sino también de los puesteros, que se vieron desplazados para dar paso a la industria del consumo a gran escala.

En el caso de la Cervecería Palermo, este problema no era tan grande. Para el año 1978, del viejo edificio industrial quedaba poco y nada, la mayoría de los galpones habían sido desmantelados y solo quedaban en pie el pequeño edificio administrativo sobre la Av. Santa Fe y otro que se ubicaba justo detrás.<sup>57</sup>

En el año 1990, se inaugura en ese solar el Alto Palermo Shopping, obra del estudio de Juan Carlos López y Asociados. Este estudio era conocido en el país por haber construido la mayor parte de los centros comerciales existentes al momento, entre los que se encontraban el Patio Bullrich y Galerías Pacífico<sup>58</sup>. La inauguración del shopping tuvo un gran impacto en el barrio, que rápidamente comenzó a tener una gran movida inmobiliaria, que propulsó la aparición de torres y conjuntos habitacionales de gran escala.<sup>59</sup>

56 Norberto Govetto: Video Inauguración CIC Spinetto, 1988, Buenos Aires. <http://A/imeo.com/32475542>

57 Mapa interactivo de la Ciudad de Buenos Aires, Fotografías aéreas y satelitales, [mapa.buenosaires.gob.ar](http://mapa.buenosaires.gob.ar)

58 Intercambio de correos electrónicos que tuve con los ex asociados de Juan Carlos López al comienzo de esta investigación.

59 Mapa interactivo de la Ciudad de Buenos Aires, Fotografías aéreas y satelitales, [mapa.buenosaires.gob.ar](http://mapa.buenosaires.gob.ar)



El Shopping diseñado por el estudio de López, se caracterizaba por su estética kitsch de columnas egipcias, objetos con forma de palmeras, colores metalizados y materiales vistosos. Sin embargo, en una entrevista realizada por Hugo Achugar a los arquitectos Juan Carlos López y Estela Porada, da cuenta que la de estos arquitectos era una mirada instalada en el presente, una mirada atravesada por el proyecto arquitectónico que se les encargó; es decir, una mirada atravesada por los valores del mercado. En el cruce entre esta mirada del presente y un espacio afectado de pasado como lo es el barrio de la Cervecería Palermo, se produjo un proyecto donde el ojo entrenado puede detectar detalles que a simple vista no se ven.<sup>60</sup>

En relación a la conservación de aspectos de los edificios originales, la arquitecta Porada dice "tratamos de conservar la mayor cantidad de cosas, pero las necesidades nos fueron llevando a demoler ciertas partes, y en bien funcional del shopping lo que hicimos fue mantener el espíritu, pero sin que ese mantenerlo a ultranza significara un obstáculo para el buen desenvolvimiento del destino final de la obra."<sup>61</sup>

Como se pudo observar mirando los planos del Shopping y la situación de la fábrica, es que se conservaron algunos aspectos mínimos. El ingreso principal al Shopping es donde antaño se ubicó el pequeño edificio administrativo de la Cervecería. Además, el acceso para automóviles que se puede ver en la imagen presentada anteriormente, coincide con el actual ingreso a los estacionamientos subterráneos. Otro aspecto fue la apertura al público de la calle Arenales, que antes (suponemos) era el acceso de los camiones que traían la materia prima para la elaboración de la cerveza.<sup>62</sup>

El Anexo III consta de un juego completo de planos históricos, catastrales y de fotografías aéreas, y de la planta baja del centro comercial.

60 Hugo Achugar: *Planetas sin boca: escritos efímeros sobre arte, cultura y literatura*, 2004, Montevideo.

61 *Ibidem*.

62 Juan Carlos López y Asociados: *Alto Palermo Shopping, Planta baja*, Summa 275, 1990, Buenos Aires.

## Conclusión

*Sobre las transformaciones en los barrios, las modificaciones en los usos del suelo, el avance del tiempo y el poder de adaptación de las construcciones y las ciudades.*

Es evidente, luego de haber finalizado este trabajo la veracidad de lo que propusimos en el comienzo de esta investigación: las ciudades necesitan ir adaptándose a las nuevas épocas, a los cambios culturales, sociales y políticos, y tienen la obligación, como contenedores de la sociedad, de dar lugar a estas transformaciones que posibiliten el crecimiento personal de sus habitantes.

Es así que, a medida que pasaron los años, Buenos Aires (al igual que muchas otras ciudades alrededor del mundo), fue evolucionando desde sus orígenes de colonia hasta llegar al perfil cosmopolita que tiene hoy.

En este proceso de cambios, varios edificios que hoy serían considerados patrimonio, fueron cayendo para dar paso a las nuevas instalaciones que requería la sociedad moderna para poder vivir. Y no es que sin esto, la sociedad iba a quedar disminuida en algún aspecto pero, si algo nos enseñó la publicidad, es que las necesidades son creadas para que la gente pueda seguir consumiendo. Esto genera que los habitantes de la ciudad pidan el cambio y que, al producirse estos, sean en gran medida aceptados y utilizados por el común de la gente. Si bien hemos visto que, por ejemplo, intervenir edificios históricos y reconfigurarlos en centros comerciales ha tenido gran cantidad de detractores, en otros casos, como el de la Fundación Konex o el Parque Las Heras, se han generado cambios que aportaron un gran valor al barrio, mejorando la calidad de vida de sus habitantes, y las condiciones inmobiliarias y de infraestructura.

Existen otros casos, como el del Edificio del Plata, donde estos cambios pueden ayudar a mejorar la capacidad de las instalaciones gubernamentales, pudiendo albergar a más empleados y permitiendo procesar una mayor cantidad de trámites. Además, para que la ciudad pueda contener un número siempre creciente de personas, es necesario que cuente con soluciones habitacionales. Es aquí donde entra la última de las soluciones que nombramos en la introducción: los conjuntos de viviendas en altura.

Este tipo de edificios solucionan el problema de la extensión. En una ciudad con una densidad y un gran porcentaje de ocupación del terreno, una grilla de casas individuales se hace impracticable, principalmente por la falta de suelo para albergarlas. Esto hace que las torres comiencen a ser la solución predilecta, que a medida que vamos avanzando en el tiempo, comienzan a contener cada vez más programa de apoyo a las viviendas lo que, poco a poco va haciendo que sus habitantes casi no necesiten salir del terreno de sus edificios en altura y comiencen a perder contacto con la ciudad, contenedor final de la vida en sociedad.

## Bibliografía

- Mapa interactivo de la Ciudad de Buenos Aires, Plano de normativa y usos del suelo, y fotografías aéreas y satelitales, [mapa.buenosaires.gob.ar](http://mapa.buenosaires.gob.ar)
- Felipe Pigna: Juárez Celman y la revolución de 1890, El Historiador, [www.elhistoriador.com.ar](http://www.elhistoriador.com.ar)
- Felipe Pigna: Alem y la Revolución del Parque, El Historiador, [www.elhistoriador.com.ar](http://www.elhistoriador.com.ar)
- UCR: Las Revoluciones del 93, Evolución del Radicalismo, [www.ucrcapital.org.ar](http://www.ucrcapital.org.ar)
- D. Helguera: Boletín Industrial, año IV, volumen III, 21 de Agosto de 1893, Buenos Aires.
- Bureau of the American Republics, Commercial directory of the American Republics, 1897, Washington. <http://auod.lib.umich.edu/>
- V. de la Plaza: Estudio sobre la situación política, económica y constitucional de la República Argentina, 1903, Buenos Aires.
- Subsecretaría de planeamiento urbano de la Ciudad de Buenos Aires: Palermo, 2009, Buenos Aires. [www.solan.gov.ar](http://www.solan.gov.ar)
- Registro Nacional de la República Argentina, Año 1874, pág. 398-399, Buenos Aires.
- Boletín Oficial de la República Argentina, año IV, núm. 1083, 11 de Marzo de 1897, pág. 518, Buenos Aires.
- Jorge Gilbert: Ernesto Tornquist: Entre los negocios y las políticas económicas, Revista de Instituciones, Ideas y Mercados, 58, Mayo 2013, pág. 47-78, Buenos Aires [www.eseade.edu.ar](http://www.eseade.edu.ar)
- Raúl Jacob: Los grupos económicos de la industria cervecera uruguaya: Una perspectiva histórica, 2012, Montevideo, [www.fcs.edu.uy](http://www.fcs.edu.uy)
- Felipe Pigna: Un curioso gabinete "de lujo", Clarín, 20 de Enero 2008, Buenos Aires.
- Nicolás Covello: Proyectos jóvenes de investigación y comunicación, Universidad de Palermo, 2014, Buenos Aires, [www.flio.palermo.edu](http://www.flio.palermo.edu)
- Alejandra Salomón: Política agraria de alto impacto. Aproximaciones a partir de una expropiación rural del Grupo Bemberg durante el primer peronismo. Revista Estudios de Investigaciones Socio Históricas Regionales. Unidad Ejecutora en Red - CONICET, año 3, núm. 6, 2013, Buenos Aires. [www.ishir-conicet.gov.ar](http://www.ishir-conicet.gov.ar)
- Museo de la Publicidad: Marcas con Historia, [www.marcasconhistoria.com.ar](http://www.marcasconhistoria.com.ar), y postales emitidas por la fábrica.
- Aníbal White: La industria cervecera por dentro, 1946, Buenos Aires.
- La Revista Patriótica, 1899, Buenos Aires.
- Postal emitida por la Cervecería Palermo, 1904
- Jorge di Flore: Botellas de cerveza de gres, Magazine 2005-2006, Abril 2009, [www.botellasdecerveza.com.ar](http://www.botellasdecerveza.com.ar).
- María Marta Lupano: La Gran Familia Industrial, Santiago Arcos. Buenos Aires, 2009.
- Cervecería Argentina Quilmes: La fabricación de la cerveza en la República Argentina en 1910, 1910, Buenos Aires.
- Cervecería Palermo: Giste, año 1, núm. 1, 1943, Buenos Aires.
- Claudio Bellini: Un conflicto entre el estado y un grupo empresario. La nacionalización de las empresas Bemberg, 1948-1959, Centro de Estudios de Historia y Desarrollo de Empresas, Universidad de San Andrés. [www.udes.edu.ar](http://www.udes.edu.ar)
- La Prensa, 27 de enero de 1959
- Norberto Govetto: Video Inauguración CIC Spinetto, 1988, Buenos Aires. <http://vimeo.com/12475542>
- Hugo Achugar: Planetas sin boca: escritos efímeros sobre arte, cultura y literatura, 2004, Montevideo.
- Juan Carlos Lopez y Asociados: Alto Palermo Shopping, Planta baja, Summa 275, 1990, Buenos Aires.

## Memoria

Inicié esta investigación como continuación de la materia Historia Urbana de Buenos Aires. Se me propuso comenzar a recabar información sobre la Cervecería Palermo debido a que mis primeros trabajos para la materia habían sido basados en el barrio de Palermo.

Desde una primera instancia, y por dificultades para asistir a los archivos en los horarios en los que se encontraban abiertos al público, comencé por buscar información en Internet. Partiendo de la base de enciclopedias on-line, como Wikipedia, Encarta, etc., y constatando la información que estas brindaban con fuentes primarias como diarios y revistas.

En mi búsqueda encontré también la colección completa de Boletines Oficiales de la República Argentina, que detallaban todos los ingresos y egresos de las aduanas, las legislaciones impositivas sobre la producción y los decretos y leyes promulgados en cada período. Además pude leer varias investigaciones sobre la industria cervecera en el país y sobre las cervecerías Quilmes y Palermo, entre otras, que me ayudaron a esclarecer algunos datos.

Otra parte de la información la pude encontrar en la Biblioteca Nacional, donde luego de acreditarme como investigador pude consultar material de la época. Allí descubrí el libro de White, la revista Giste y los Boletines Industriales de 1893, entre otras publicaciones periódicas. Sin embargo, gran parte del material de la época se encontraba en depósitos inaccesibles que, según me informaron, corresponden a libros y publicaciones que se encuentran fuera de circulación o en reparación.

Con estos datos y elaboraciones propias a partir de observaciones es que fui armando la historia de la Palermo.

## Agradecimientos

- Al personal de 6to piso de la Biblioteca Nacional, por la ayuda provista.
- A Martín, por todo.