

# **“La Feria de las artesanías y de las tradiciones populares del barrio de Mataderos” Una nueva valorización del espacio urbano.**

Lucas Ramírez.

Cita:

Lucas Ramírez (2007). *“La Feria de las artesanías y de las tradiciones populares del barrio de Mataderos” Una nueva valorización del espacio urbano. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/224>

## “La Feria de las artesanías y de las tradiciones populares del barrio de Mataderos”

### UNA NUEVA VALORIZACIÓN DEL ESPACIO URBANO

Autor: Lucas Ramírez

Becario FONCYT, Instituto de Geografía, FFyL, UBA. El trabajo aquí presentado se realizó en el marco del Proyecto UBACYT "Discursos y prácticas territoriales. Valorización turística del territorio" bajo la dirección de Rodolfo Bertoncello, en precitada institución.

E-mail: [lucas2906@yahoo.com.ar](mailto:lucas2906@yahoo.com.ar)

Tel: 4901-8364 / 15-6612-9994

Este trabajo aborda los procesos de valorización del espacio urbano relacionados con el desarrollo de la práctica turística-recreativa que, como actividad económica privilegiada en un modelo económico neoliberal dentro de las grandes metrópolis, produce y reproduce nuevas transformaciones materiales y simbólicas de áreas que -selectivamente- entran en juego como bienes de consumo culturales.

El caso particular abordado consiste en las nuevas formas de valorización y reestructuración socioterritorial que se produjeron y reprodujeron a partir del origen y desarrollo del ámbito turístico-recreativo “Feria de las Artesanías y de las Tradiciones Populares del barrio de Mataderos”, instalada en torno al monumento al Resero y el viejo edificio del mercado de hacienda, el “corazón simbólico” del barrio. Estas transformaciones se desarrollan en diferentes planos -económico, cultural, social y territorial- y al mismo tiempo adquieren diferentes significados y valores según la escala de análisis: la feria en el contexto del barrio y la feria en el contexto de la ciudad.

Interesa analizar, en primer término, a la Feria de Mataderos como un nuevo fragmento que adquiere singularidad y se diferencia del “todo homogéneo urbano” a partir del desarrollo de la función turístico-recreativa. Al mismo tiempo, interesa analizar este nuevo fragmento urbano como parte de un proceso general de refuncionalización de la Ciudad de Buenos Aires que se orienta al desarrollo privilegiado del sector terciario en general y de la “industria de la heredad” en particular.

En segundo término, el trabajo analiza la Feria de Mataderos en sus características específicas, poniendo énfasis en sus dimensiones de **negocio rentable** y, al mismo tiempo, de **ámbito de resistencia** y **refugio** para grupos de población que, mediante distintas formas de participación en la Feria, logran revitalizar sus tradiciones y hacer frente a las diversas formas de exclusión que surgen con la consolidación de un modelo socioeconómico neoliberal en la década de 1990.

## **Introducción**

Este trabajo se orienta a comprender los procesos de valorización del espacio urbano dados por el desarrollo de la práctica turística-recreativa que, como actividad económica privilegiada en un modelo económico neoliberal dentro de las grandes metrópolis, transforma material y simbólicamente áreas que -selectivamente- entran en juego como bienes de consumo culturales. Esto da lugar a nuevas dinámicas económicas que reestructuran el territorio a partir de la valorización selectiva e intencionada de determinados elementos histórico-culturales locales por parte de los actores que intervienen en dicha práctica. Al mismo tiempo, también produce y reproduce nuevas formas de inclusión-exclusión social que se expresan en la reorganización del territorio.

El trabajo aborda estas cuestiones a través del análisis del origen y desarrollo del ámbito turístico-recreativo “Feria de las Artesanías y de las Tradiciones Populares del barrio de Mataderos”<sup>1</sup>, basado en una serie de atractivos<sup>2</sup> vinculados a la tradición popular, lo gauchesco, el folklore, y demás elementos que forman parte de una identidad colectiva nacional, pero en su particular articulación en este lugar de la ciudad donde se mezclaron y cruzaron elementos rurales y urbanos.

Esta nueva actividad turística-recreativa, por un lado rescata y se apropia de elementos materiales y simbólicos locales históricamente constituidos para poder funcionar, y al mismo tiempo, el desarrollo de esta nueva función produce una serie de transformaciones que tienden a revalorizar la zona donde se localiza la feria y su área de influencia, que se caracteriza por la presencia de diversos grados de deterioro vinculados al componente industrial históricamente consolidado y hoy obsoleto en gran medida. Así, se generan nuevos usos y actividades, se refuerzan otros antiguos vinculados, ahora, a las actividades recreativas-culturales, los cuales se sustentan en la recreación de algunos elementos histórico-culturales locales que constituyen la fuerte identidad colectiva y particular con la cual se identifica el barrio de Mataderos.

Asimismo, esta nueva función localizada en un área caracterizada por la predominancia del uso industrial, se produce en un contexto general de refuncionalización de las grandes ciudades a partir de la expansión y diversificación del sector terciario (vease Harvey 1991; Borja y Castells, 1997, entre otros autores). Aquí, las actividades culturales adquieren un rol privilegiado, ya que generan nuevos mercados de consumo de bienes culturales a partir del proceso de construcción de atractividad, el cual se sustenta en la revalorización de parte del patrimonio<sup>3</sup> histórico-cultural local y nacional

En este contexto metropolitano, la Feria constituye una nueva actividad económica vinculada a la industria cultural -que implica la participación de diversos sectores sociales, agentes económicos y organismos gubernamentales- y que, al mismo tiempo y a partir de

---

<sup>1</sup> La función es recreativa debido a que constituye un ámbito de ocio y distensión para población local (residentes en el Área Metropolitana de Buenos Aires) y al mismo tiempo es turística, ya que, concurren visitantes del interior del país y del extranjero.

<sup>2</sup> “...la práctica turística se organiza en torno a atractivos (histórico-culturales o naturales) que no son atributos ”per se” del lugar, sino que son el resultado de un proceso social de construcción de atractividad, en el que se articulan intereses, ideas y representaciones sociales de sujetos -situados en distintos ámbitos geográficos y a escalas diferentes- con los atributos materiales locales (...) que implica interacciones sociales (materiales e imaginarias) como vivencias (materiales e imaginarias)...” (Bertoncello, et.al., 2003: 285)

<sup>3</sup> El patrimonio aquí, se define como el resultado de un proceso de construcción social que involucra una selección y activación sobre un universo de múltiples posibilidades que es llevada a cabo por un conjunto de autoridades disciplinarias, corporativas y socialmente sancionadas que se hacen portavoces de valores hegemónicos y contribuyen a socializarlos en la práctica turística (véase Prats, 1998)

su propia dinámica como ámbito turístico-recreativo, genera procesos de inclusión social a partir del uso y apropiación particular que hacen de este ámbito diferentes sectores.

Además, este fragmento del tejido urbano adquiere una nueva función y dinámica entrando como objeto privilegiado de consumo en nuevos mercados -al igual que otras grandes ferias de la ciudad-, mientras que otras áreas del tejido urbano son relegadas y marginadas, produciendo nuevos procesos de segregación socioterritorial en el contexto de la ciudad como totalidad.

### ***La Feria de Mataderos***

La feria surge en el año 1986, en un contexto de apertura y apropiación de espacios públicos por parte de sectores de población local<sup>4</sup>. Se localizó en el centro histórico y simbólico del barrio de Mataderos: en torno al monumento al Resero, ubicado en la intersección de Av. de los Corrales y Lisandro de la Torre. Aquí, los días domingo, un grupo de artesanos comenzó a vender un conjunto de artesanías vinculadas a elementos gauchescos y tradicionales, en parte como estrategia de supervivencia frente al periodo de crisis socioeconómicas ocurrido a fines de los '80. En la década de 1990, la feria se consolida y crece lentamente en torno a la diversificación de artesanías y actividades recreativas ofrecidas, y en cuanto a la afluencia de público. Después de la crisis socioeconómica del año 2001, la Feria creció y se consolidó como la única feria de la ciudad que ofrece un conjunto de actividades culturales y artesanías que refieren, básicamente, a una identidad local y nacional asociada con la tradición popular y lo gauchesco.

Actualmente, la feria continúa realizándose los días domingo, entre marzo y diciembre de cada año, y se extiende una cuadra sobre la Av. De los Corrales y dos cuadras sobre la calle Lisandro de la Torre. La participación del público (unos 10.000 visitantes en promedio por fin de semana) no se basa sólo en la compra de artesanías ofrecida en los 400 puestos (cantidad promedio anual) que se ubican en las calles; sino que participan activamente en algunas de las actividades ofrecidas: la carrera de sortijas, los espectáculos musicales y bailes montados en un escenario, los talleres de danzas populares y tango, la visita al Museo de los Corrales, las "guitarreadas" y bailes en bodegones, sociedades de fomento, etc. Así, se conforma un conjunto de actividades comerciales y culturales que giran en torno a la representación de elementos gauchescos, tradicionales, populares, indígenas, etc. Este conjunto en un espacio específico es lo que denominamos ámbito turístico-recreativo

En la Feria participan un conjunto de agentes económicos, organismos gubernamentales, organizaciones barriales y grupos sociales que, en función de sus intereses y motivaciones (sean económicas, sociales o políticas), se relacionan y articulan dando lugar a la producción y reproducción del ámbito turístico-recreativo.

Este conjunto de actores se detalla a continuación:

• **Agentes Económicos:**

1. Sede Administrativa de la Feria de Mataderos junto a artesanos.
2. Prestadores que ofrecen servicios gastronómicos y/o recreativos.
3. Comerciantes que ofrecen productos característicos del ámbito turístico-recreativo.
4. Comerciantes callejeros.
5. Comerciantes y puesteros de la feria "paralela".

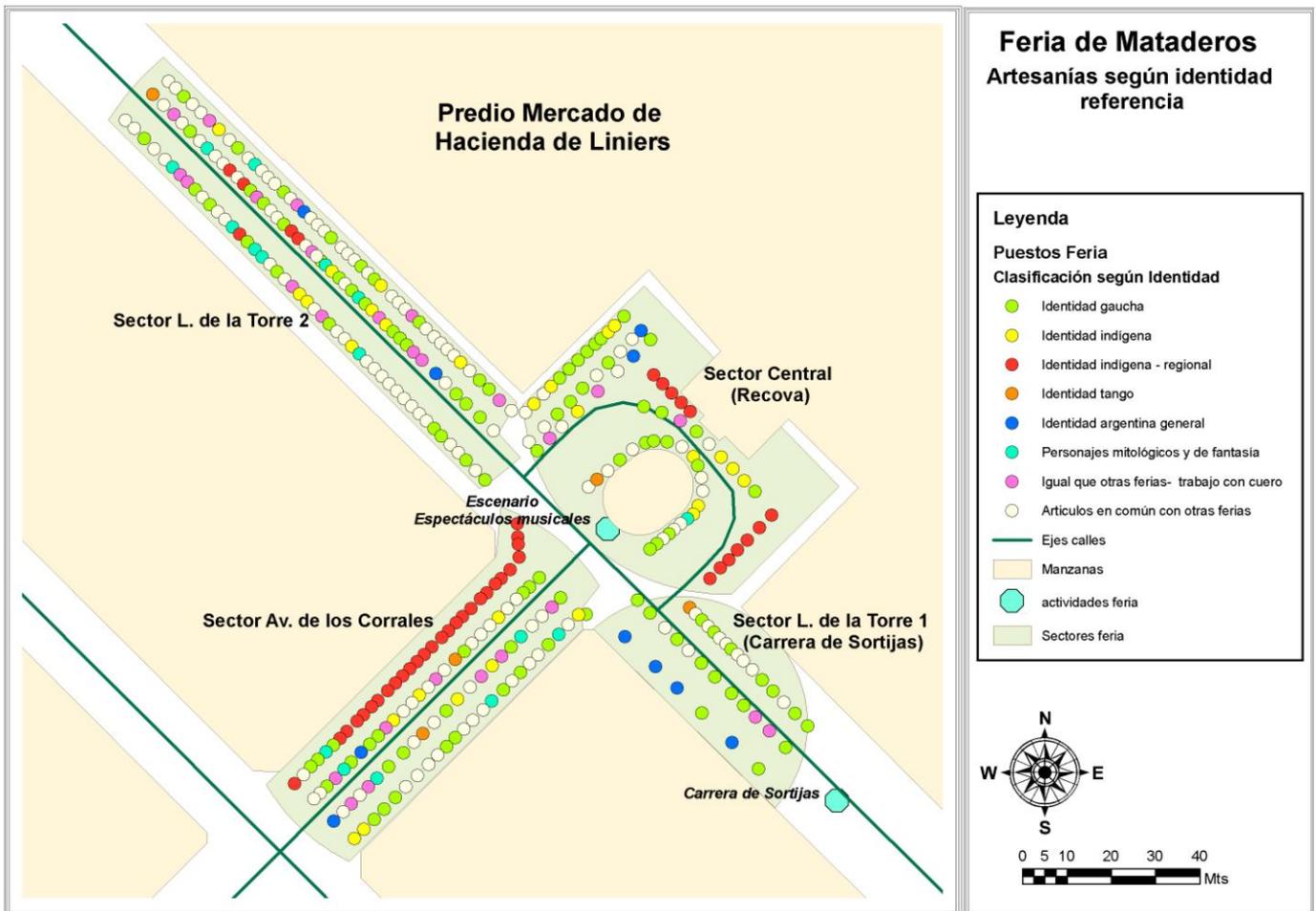
---

<sup>4</sup> Para mayor detalle ver Gorelik (2002)

- **Organismos Gubernamentales e Instituciones Sociales:**
  1. Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA).
  2. Federaciones, Mutuales, Sociedades de Fomentos y Centro de jubilados.
  3. El museo de los Corrales junto a la Dirección de Museos del GCBA
- **Público visitante:**
  1. Grupos de población local.
  2. Público del Área Metropolitana de Buenos Aires.
  3. Público del interior del país y del extranjero (turistas).

A continuación se presenta un plano esquemático de la ubicación de la Feria

**Plano Nº 1: Feria de Mataderos. Puestos clasificados por Identidad de referencia según sector de ubicación. 2006<sup>5</sup>**



Fuente: elaboración propia basada en relevamiento de campo.

Además, la Feria de Mataderos se encuentra rodeada por 16 parcelas ubicadas en la calle L de la Torre, otras 16 parcelas ubicadas sobre ambas veredas de Av. de los Corrales y 7 parcelas pertenecientes al edificio de la Recova, las cuales se destinan a diversos usos relacionados con ella. Aquí participan **prestadores** y **comerciantes** que administran la amplia variedad de locales gastronómicos (bares, restaurantes, sedes sociales, sociedades de fomento, galpones tomados, etc.) donde se ofrecen comidas típicas y

<sup>5</sup> Para mayor información acerca de la tipología construida para los puestos de la Feria clasificados según su identidad de referencia ver trabajo de Tesis de Licenciatura de Ramírez, L. (2007) citada en la bibliografía. Se indica lo mismo para ampliar la información acerca de los aspectos metodológicos y teóricos que sustentan el análisis y las afirmaciones expuestas.

regionales o parrilla. También se identifica a un conjunto de comerciantes que venden productos identificados con lo gauchesco y la tradición, como ser las tres Talabarterías. Otros **agentes locales** ofrecen servicios generales vinculados al propio funcionamiento de la Feria, así, se observan remiserías, kioscos, minimercados, cabinas telefónicas, etc.

### ***La Feria como ámbito turístico-recreativo***

La Feria de Mataderos como ámbito turístico-recreativo es, principalmente, una actividad económica basada en la comercialización de artesanías y la oferta de un conjunto de actividades culturales y servicios recreativos que se sustentan en la apropiación selectiva, resignificación y puesta en valor como mercancía de determinados elementos histórico-culturales.

Sin embargo, debido a las propias características de la actividad, el análisis de la Feria como ámbito turístico-recreativo excede ampliamente a la dimensión económica. Esto implica contemplar los procesos de valorización (material y simbólica) del espacio urbano junto a las consecuencias de su funcionamiento en un plano económico, cultural, social y territorial, expresándose a diferentes escalas y adquiriendo diversos significados. Cabe mencionar que las temáticas analizadas no son exclusivas de un plano en particular, sino que atraviesan continuamente las dimensiones citadas.

#### ***1. La feria y su dimensión económica***

A partir de la década de 1970 se observa en las grandes metrópolis un crecimiento del sector terciario, comercial y especializado que se diversifica y expande adquiriendo una importancia inédita, al mismo tiempo que ocurrían procesos de desindustrialización<sup>6</sup>. Las actividades económicas relacionadas con el ocio y la recreación, con la cultura y el entretenimiento -la industria cultural- entre otras, crecen conformando nuevos mercados y ámbitos turístico-recreativos que funcionan a diversas escalas y atraen público local, regional o extranjero comercializándose bienes de consumo culturales.

Por medio de nuevos procesos de apropiación selectiva de fragmentos del espacio urbano, se da lugar a procesos de reconversión, refuncionalización o revitalización de diversas áreas de la ciudad, que de manera privilegiada entran en juego como bienes de consumo en estos nuevos mercados o son involucrados en estas nuevas actividades. Al mismo tiempo, se percibe que el desarrollo de la industria cultural podía generar una imagen positiva y distintiva del deteriorado tejido urbano, con lo cual, comienzan a desarrollarse fuertes acciones de grandes agentes económicos y de los gobiernos locales para su incentivación. Por otro lado, en la diversificación y crecimiento de estas actividades, diferentes zonas al interior de la ciudad y ciudades entre sí, compiten en la producción de nuevos mercados culturales “originales” y “distintivos” para atraer al público visitante.

La Feria de Mataderos puede analizarse en este contexto, como una nueva actividad económica vinculada a la comercialización de productos, la oferta de actividades culturales y de servicios turístico-recreativos. Aquí, comerciantes y prestadores de servicios (algunos formales, grandes y calificados, otros pequeños e informales) son los agentes económicos que participan de alguna actividad económica dentro de la feria.

Al mismo tiempo, mientras que algunos de los bienes y servicios ofrecidos son generales y comunes (propios del desarrollo de la feria como ámbito turístico-recreativo), otros se

---

<sup>6</sup> Vease en general Harvey (1998) y para el caso particular de Buenos Aires, Bertonecello (1996).

encuentran vinculados a determinados elementos histórico-culturales locales y nacionales, adquiriendo rasgos específicos y peculiares que resultan atractivos para el consumidor, en este caso, para el público que visita la feria. Básicamente, las artesanías son los productos distintivos por los cuales los visitantes de la feria asisten a ella, y como todo negocio, su comercialización se sustenta en la existencia de una necesidad del comprador cuya satisfacción se efectiviza en el acto de compra-venta.

Como productos culturales, las artesanías, necesitan la creación de un contexto especial que funcione como “marco” acorde a las particularidades de este ámbito turístico-recreativo. Así, los espectáculos musicales y la carrera de sortijas -entre otras actividades- conforman el contexto particular necesario y planificado estratégicamente por agentes económicos, para incentivar el consumo de productos culturales de la feria en sentido restringido (los puestos).

Sin embargo, la Feria de Mataderos no es sólo el contexto, o la suma de actividades comerciales y culturales que se desarrollan. La feria en su totalidad puede ser pensada como una mercadería en sí misma, como un bien de consumo cultural que adquiere particularidad y se distingue de otras ferias de la ciudad a partir de la recreación y reinención de elementos histórico-culturales locales y nacionales. Esta mercadería que es la feria en su conjunto, no es sólo la suma de actividades que se desarrollan, sino que son los edificios, el lugar donde se localiza y su entorno, los discursos que sustentan el negocio, los discursos y prácticas que conforman los atractivos, etc. Todo lo que en la investigación denominamos “ámbito turístico-recreativo”.

Así, la Feria de Mataderos como bien de consumo cultural necesita ser única y específica para ser vendida en un mercado en el que compite con otras ferias y/o productos. La Feria de Mataderos se transforma en un fragmento específico y singular en un “contexto homogéneo” del circuito de ferias turístico-recreativas de la ciudad, que es consumido y compite con otras grandes ferias de la ciudad (Por ej. Recoleta y San Telmo). Circuito vinculado a la industria cultural.

De esta manera, la lógica del capital, por un lado produce una ciudad que se transforma en una “marca”, en un producto que es objeto del consumo cultural, convirtiendo a Buenos Aires en un “**espectáculo**” a partir de las múltiples actividades que ofrece en su interior. Pero al mismo tiempo, para lograr esto, al interior del tejido urbano, esta misma lógica produce fragmentos diferenciados que son revalorizados -en este caso por el desarrollo de la práctica turística-recreativa- y comienzan a funcionar con una dinámica propia.

Cabe mencionar que en este proceso, la esfera gubernamental promueve y legitima<sup>7</sup> estas actividades turística-recreativas con el objetivo de construir su propia legitimidad frente a los ciudadanos y potenciales votantes. La generación de puestos de trabajo en articulación con la revalorización material y simbólica de elementos locales constituyen hechos centrales para construir sentidos de pertenencia -propios de las nuevas estrategias de gobiernos locales en su rol de “promotor urbano”- pero por sobre todo, para generar una legitimidad que le permita consolidar su poder frente a los habitantes del barrio en particular y de la ciudad en general.

---

<sup>7</sup> Entre otros, es por medio de un proceso de patrimonialización llevado adelante por organismos oficiales, que se habilita legítimamente tanto la apropiación de este fragmento de la ciudad por parte de agentes económicos, como la comercialización de elementos histórico-culturales, ahora transformados en bienes de consumo culturales.

Según lo expuesto, este particular ámbito turístico-recreativo constituye una mercadería que se sustenta en un proceso de construcción de atraktividad, en el cual, elementos histórico-culturales son resignificados, acondicionados y transformados en un bien de consumo cultural y se encuentran mediados y condicionados, principalmente, por intereses económicos. Por tanto, se produce un desfase en relación al valor y sentido original de los elementos histórico-culturales que fueron apropiados, lo que genera tensiones y contradicciones permanentes<sup>8</sup>.

Sin embargo, no son sólo los intereses económicos los que definen los atractivos y su puesta en valor como mercaderías. Más allá de la recreación y reinención -más o menos superficial- de elementos histórico-culturales locales, el patrimonio en tanto atractivo expresa componentes de una identidad local y nacional con la cual se identifican diferentes grupos sociales que participan en alguna actividad cultural, recreativa, e incluso comprando algún producto en particular. Esto hace más complejo el proceso, tornándolo más ambiguo.

De este modo y a partir de la propia dinámica que adquiere el funcionamiento de la feria, en varias de las actividades culturales participan diferentes sujetos sociales que tienen la capacidad de resignificar sus actos de consumo y formas de participación otorgándoles sentido en función de sus vidas. Más allá de los procesos de reinención y escenificación que se articulan a partir de una lógica económica, el ámbito turístico-recreativo es resignificado y revalorizado en relación a su función social como canal de expresión de elementos histórico-culturales. Estos elementos forman parte de una identidad local y nacional que adquiere un sentido profundo en la vida cotidiana de determinados grupos sociales, instituciones sociales y agentes económicos particulares que participan en algunas actividades de la feria.

## **2. Patrimonio, feria y sociedad**

En esta parte nos centraremos en analizar el significado que adquiere la participación de determinados sujetos sociales en un plano social y cultural, lo que implica analizar la feria no sólo como un negocio o como una estrategia de ambientación para incentivarlo, sino como un ámbito de expresión social y cultural para muchos de los que la visitan.

El funcionamiento de la feria, implica -como actividad económica- un proceso de apropiación del espacio urbano por parte de agentes económicos que, al mismo tiempo, se apropian y resignifican, en función de sus intereses, elementos de un patrimonio que forma parte del colectivo. Igualmente, algunos visitantes participan en la Feria como meros consumidores, sus necesidades se vinculan sólo a la diversión y distensión, se acotan al entretenimiento y su satisfacción se efectiviza en la compra de algún producto como razón en sí, sin cuestionar el carácter de “teatralidad o “escenificación” con los cuales son presentados los atractivos.

Sin embargo, la propia dinámica del ámbito turístico-recreativo implica la participación de grupos sociales que se apropian y significan de un modo diferente este ámbito. Sus formas

---

<sup>8</sup> Es lo que sucede, por ejemplo, en relación a la “autenticidad” del atractivo, donde se observa que en su proceso de construcción, elementos histórico-culturales asociados con la tradición popular y lo gauchesco son “reinventados” a partir de diferentes estrategias e intereses de agentes económicos, perdiendo su sentido original. Cabe mencionar que son muchas, complejas y controversiales las discusiones en torno a la “autenticidad del atractivo”, sin embargo, interesa observar el significado que adquieren los elementos histórico-culturales en tanto atractivos, y en relación con el significado y valor original de estos elementos dentro del patrimonio histórico-cultural desde el cual fueron apropiados. Para ver un tratamiento del tema en particular se recomienda ver Gobbi, 2005 y Luchiari, 2005.

de participación asumen un carácter “**subversivo**” o por lo menos “**rebelde**” a la lógica del capital, y pueden ser vistas también como nuevas formas de afirmación y resistencia de grupos que fueron excluidos y marginados por la propia dinámica y lógica de un modelo socioeconómico neoliberal<sup>9</sup>.

Mataderos es un barrio que históricamente se caracterizó por la presencia de sectores sociales con un fuerte sentido de pertenencia, identificado con lo gauchesco, con lo popular y las tradiciones, con elementos histórico-culturales rurales, y al mismo tiempo, con componentes de la identidad del “trabajador”, del obrero, con capacidad de lucha, organización, conciencia y resistencia, etc. En suma, se identifica con una cultura “**popular**” que también puede ser definida como opuesta a una cultura de elite, moderna y urbana.

Debido, en parte, a este contexto socioeconómico en general, la Feria de Mataderos en su desarrollo fue produciendo nuevas formas de inclusión para un público que vive en el barrio o en otros de similares características socioeconómicas, que utilizan este ámbito a su modo. Estos sujetos se encuentran fuertemente vinculados con elementos histórico-culturales de una identidad colectiva local y nacional asociada con la tradición y lo gauchesco, por lo tanto su participación constituye una forma de expresión de su identidad.

Estos sujetos se apropian de locales abandonados o concurren a las sedes de las instituciones y talleres vecinales donde bailan danzas tradicionales (taller de danza y de tango del centro de jubilados) o comen comidas regionales, mientras bailan al compás de una guitarreada o de grupos de música folklórica. Esto ocurre en un ambiente festivo, en edificaciones que se encuentran ornamentadas con imágenes y símbolos gauchescos y tradicionales, pero no sólo como una estrategia planificada para atraer público, sino como hecho recreativo donde participan grupos sociales locales que mantienen costumbres y elementos culturales que pueden expresarlos legítimamente en este ámbito.

Y es aquí donde el ámbito turístico-recreativo adquiere una función social relacionada con nuevas formas de inclusión social que trascienden lo económico. Además del carácter subversivo a la lógica del capital, las formas de participación descritas, pueden ser interpretadas como una forma de resistencia, de expresión y afirmación de su identidad. Así, la feria puede ser vista como un “**refugio**” para visitantes que comparten esta identidad y cuya asistencia puede ser interpretada como una afirmación de existencia y un reclamo de inclusión vía la reapropiación de elementos identitarios propios. De este modo, el ámbito turístico-recreativo adquiere un nuevo valor simbólico y social, ya que constituye para estos sectores, uno de los pocos ámbitos -si no es el único- donde pueden expresar y tomar contacto con elementos que forman parte de sus costumbres, de su identidad y raíces culturales.

Aquí, el patrimonio transformado en atractivo, además de ser producto de intereses económicos y políticos, también es producto de la significación que adquiere por medio de la participación del público. El ámbito turístico-recreativo es al mismo tiempo un ámbito económico y un **ámbito de resistencia**, adquiriendo una función social que se desarrolla

---

<sup>9</sup> Durante la década de 1990, con la consolidación de un modelo socioeconómico neoliberal, elementos que forman parte del patrimonio histórico-cultural local -pero también nacional- fueron desvalorizados e incluso atacados y destruidos desde diversos sectores sociales identificados con este marco ideológico.

con cierta independencia de los intereses económicos y de los atractivos recreados con fines de lucro.

De esta manera, el acto de consumo constituye, al mismo tiempo, un acto de creación cultural, ya que aquí, el patrimonio es apropiado y resignificado desde grupos sociales que participan desde una posición vinculada a la función social y cultural que adquiere la expresión de elementos constitutivos de su identidad y de su pertenencia.

Al mismo tiempo, de forma paradójica (aunque no necesariamente contradictoria), en la medida en que los vecinos o sujetos participan de esta manera adquiriendo un significado propio y culturalmente vital como forma de expresión, como un ámbito que sienten propio y en el cual expresan sus costumbres asociadas con la historia del barrio, este hecho y ellos mismos se constituyen en atractivos. La presencia de personas vestidas de gaucho, los que participan de los talleres de baile, los que asisten a comer y bailar a los galpones, federaciones e instituciones sociales, los grupos que tocan música y la ambientación de los locales (más o menos rústicos y deteriorados) se constituyen en parte de los atractivos del ámbito turístico-recreativo, y realimentan como tales la lógica económica de la Feria.

### **3. Feria, patrimonio y territorio**

Como ya hemos visto, la Feria de Mataderos se ubica en la intersección de Av. de los Corrales y Lisandro de la Torre., En sentido restringido, aquí el territorio no es más que un “**escenario**” de los hechos, un soporte material sobre el cual se instala la infraestructura recreativa.

Sin embargo, el territorio es mucho más que el simple soporte de los hechos. En tanto expresión material de los procesos socioeconómicos y políticos, se encuentra cargado de sentidos y significados, de historia y de valores. De hecho, la feria no se localiza en cualquier esquina del barrio, sino en el centro histórico y simbólico del barrio de Mataderos y puede existir como actividad turística-recreativa debido a que se apropia de un pasado, de elementos materiales (el edificio de la Recova, las calles, el monumento al Resero y parte de la infraestructura local) que se encuentran cargados de valores y significados históricamente consolidados. Al mismo tiempo -a partir del origen, desarrollo y consolidación del ámbito turístico-recreativo- se construyen y reproducen nuevas valorizaciones y significados del patrimonio local, pero también de la zona en su conjunto. Es el caso, por ejemplo, del tradicional bar Oviedo, hoy devenido uno de los “Bares notables” de la ciudad.

Por un lado, este fragmento del espacio urbano adquiere nuevas formas. Concretamente cambia a partir de la instalación de equipamiento vinculado a las actividades turística-recreativas, mientras que, parte del equipamiento histórico es apropiado y reacondicionado para un nuevo usos. Por otro lado, este fragmento adquiere nuevos significados, se transforma y valoriza a partir de los procesos de construcción de atractivos que implica el desarrollo de la Feria de Mataderos.

#### **3.1. Un nuevo territorio en su expresión local**

La zona donde se localiza la Feria de Mataderos adquirió una dinámica y ritmos propios articulados en torno al circuito de comercialización de la hacienda en el Mercado de Liniers y al funcionamiento de los establecimientos industriales, comerciales, depósitos y equipamiento en general que caracterizó históricamente al barrio de Mataderos. Este conjunto de actividades productivas industriales y comerciales -aquellas que han logrado sobrevivir a los cambios del modelo económico- se desarrollan, en mayor medida, durante los días hábiles de la semana.

Esta situación cambia radicalmente los días domingos cuando, a partir del ámbito turístico-recreativo “Feria de Mataderos” se delinea un **nuevo territorio**. El ritmo de las actividades industriales decrece y, al mismo tiempo, la zona donde se localiza la feria y su área de influencia es reapropiada, definiendo un nuevo uso y función: el turístico-recreativo. Proceso que implica una específica apropiación del territorio, transformándolo materialmente y cargándolo de nuevos sentidos y valores en relación a las formas y modos que toma el patrimonio devenido en atractivo y en mercancía, pero también en un ámbito de participación social.

El nuevo territorio coexiste con características históricamente consolidadas y su condición de “**nuevo**” se produce a partir del desarrollo de una nueva función -la turística-recreativa- que implica una apropiación específica de este fragmento. Es más, la feria necesita de la existencia de este pasado y se apropia de determinadas particularidades para transformarlas en atractivos.

Esta nueva dinámica, no se reduce a los nuevos usos y actividades que se desarrollan (al territorio como mero soporte). El proceso de refuncionalización se produce en términos materiales, pero por sobre todo se produce en un plano simbólico y aquí priman los procesos de revalorización y resignificación basados en la “representación”, con énfasis en lo estético, la ornamentación y la recreación de elementos materiales y simbólicos.

Además, la nueva dinámica no se desarrolla todos los días ni todo el tiempo, sino que sucede los domingos. Sólo en este momento la zona se articula de una nueva manera a partir del funcionamiento de la feria de Mataderos, mientras que el resto de los días, continúan desarrollándose las actividades históricamente consolidadas. Por lo tanto, el proceso de transformación territorial no se expresa continua ni linealmente en tiempo y espacio. La misma zona es utilizada y significada de modo diferente, según el uso y el momento.

### **3.2. Un nuevo fragmento en la Ciudad de Buenos Aires**

Tal como se mencionó anteriormente, la Feria de Mataderos en su totalidad se transforma en un “producto” a ser consumido en nuevos mercados que forman parte de la “industria cultural” y compite con otras zonas (en este caso con otras ferias de la ciudad) para captar visitantes. Esto forma parte de un proceso general de refuncionalización de la Ciudad de Buenos Aires que se orienta al desarrollo privilegiado del sector terciario en general y de la industria cultural en particular.

En este contexto, la Ciudad de Buenos Aires como totalidad es transformada en objeto de consumo cultural. Ella es cargada de nuevos valores, significados y símbolos. Es transformada en una “marca”, en un producto que compite con otras grandes ciudades para atraer turistas. La particularidad que la diferencia de otras ciudades -del resto del país y Latinoamérica- se basa en la amplia y diversa oferta de actividades culturales y recreativas que se desarrollan en su interior que le permiten aspirar al estatus de “ciudad cultural de Latinoamérica”. Muchas de estas actividades forman parte de la industria cultural y la Feria de Mataderos constituye un nuevo fragmento -organizado a partir del funcionamiento de la feria- que se ofrece como un producto específico y particular en estos nuevos mercados de consumo cultural, contribuyendo así a la consolidación del “producto Buenos Aires”.

De este modo, se asiste a nuevas formas de fragmentación territorial. No todas las zonas de la ciudad se encuentran inmersas en estos procesos, son sólo áreas privilegiadas las

que adquieren una nueva dinámica mientras que otras son “olvidadas” y marginadas. El fragmento donde se localiza la Feria de Mataderos conforma un nuevo territorio que, hasta cierto punto, funciona con independencia del contexto local y se inserta como un fragmento particular que es consumido, al igual que otras zonas específicas de la ciudad, y esto expresa también el carácter selectivo y en gran medida excluyente de esta nueva Buenos Aires.

### **Conclusiones**

En resumen, la Feria de Mataderos es un ámbito turístico-recreativo en tanto es un negocio rentable (funcional a la nueva lógica de valorización urbana) organizado por nuevos agentes económicos y que da lugar a nuevos procesos de apropiación de este fragmento del tejido urbano. Sin embargo, al mismo tiempo se constituye en un **ámbito de resistencia y refugio** de una identidad que se expresa a partir de la participación de determinados grupos sociales. Hecho que adquiere diferentes significados en su expresión local -la Feria en el barrio de Mataderos- y como fragmento que forma parte de una totalidad: la ciudad de Buenos Aires como producto cultural.

En el contexto metropolitano, este ámbito turístico-recreativo es un fragmento específico apropiado por nuevos agentes económicos y que forma parte de una dinámica que incluye a otras zonas específicas, pero que excluye al resto del tejido urbano. Conformando nuevos procesos de segregación y exclusión socioterritorial que se desarrollan al interior de la Ciudad de Buenos Aires. Así, se produce y reproduce una dinámica socioeconómica general donde otras zonas de la ciudad -más bien, el resto de la ciudad- que no son “dotadas” de ciertos poderes y representaciones, tienden a ser marginadas en términos socioeconómicos.

Así, se observa como la lógica de la industria cultural (que no es más que la lógica del capital funcionando en un modelo socioeconómico neoliberal) produce selectivamente fragmentos locales particulares y singulares, pero que forman parte de un proceso homogéneo en el que toda la ciudad se enmarca en un proceso de refuncionalización que se orienta a una economía de servicios metropolitana. De este modo, **la Feria de Mataderos, es una mercancía singular y al mismo tiempo es un fragmento que forma parte de una nueva totalidad.** Esto es, forma parte de la Ciudad de Buenos Aires como objeto de consumo cultural.

Al mismo tiempo, desde una dimensión social y en el contexto del barrio de mataderos, la feria constituye una **nueva forma de inclusión social**, donde individuos afirman y reconstruyen su identidad al participar y “consumir” el ámbito turístico-recreativo. Localmente, la feria se valoriza como “refugio” y/o ámbito de resistencia para determinados grupos sociales, con lo cual adquiere una función vinculada a una nueva forma de inclusión social que es resultante, no de la lógica económica, sino de la participación de sujetos que significan su participación en función de sus vidas.

De forma paradójica, esto constituye un nuevo atractivo, le otorga a la feria rasgos de “autenticidad” y consolida el perfil popular, tradicional y gauchesco de la feria, que como negocio, se enriquece con estas formas de participación. Todo esto complejiza la comprensión de la valorización turística del patrimonio y advierte sobre la necesidad de no caer en simplificaciones al analizarlo o reducirlo sólo al hecho económico.

## BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ALMIRON, A.; BERTONCELLO, R. y TRONCOSO, C. (2006) “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina”, *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15(2): pp. 101-124. Buenos Aires: CIET.
- BERTONCELLO, R.; CASTRO, H. y ZUSMAN, P. (2003) Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión. En: Bertoncello, R. y Carlos, A. F. Alessandri (comp.), *Procesos territoriales en Argentina y Brasil*. Buenos Aires: IG-FFyL-UBA, pp. 277-292.
- BERTONCELLO, R. (1996) El turismo y las grandes metrópolis: la Ciudad de Buenos Aires. En Rodríguez, A. (comp.) *Turismo y Geografía. Reflexiones Teóricas y Enfoques Regionales*, pp. 209-223. San Pablo: Hucitec.
- BORJA, J y CASTELLS, M. (1997) *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Santillana, S.A. Taurus.
- CEDEM-CENTRO DE ESTUDIOS PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO METROPOLITANO (2003) “El sur de la Ciudad de Buenos Aires: Caracterización de los barrios de La Boca, Barracas, Nueva Pompeya, Villa Riachuelo, Villa Soldati, Villa Lugano y Mataderos”, Cuaderno de trabajo N° 6. Buenos Aires, 2003.
- CLICHEVSKY, N. (1996) *Política social urbana. Normativa y configuración de la ciudad*. Buenos Aires: Editorial Espacios.
- GATTO, F. (1989) “Cambio tecnológico neofordista y reorganización productiva. Primeras reflexiones sobre sus implicancias territoriales”. *Revista Eure*, vol. XVI, N° 47: pp. 55-102, Santiago de Chile.
- GOBBI, J. (2005) “*La identidad autenticada: El debate sobre las relaciones entre identidad, autenticidad y vida cotidiana en el turismo*”. Trabajo presentado en Taller: Desplazamientos, contacto y lugares. Buenos Aires: CD.
- GORELIK, A. (2002) *Las ideas urbanísticas en la década de 1980 en Buenos Aires. Una historia del concurso para Puerto Madero*. Trabajo presentado en Reuniones Científicas de la Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires, octubre ([www.utdt.edu/congresos/pdf-sri/gob-386.pdf](http://www.utdt.edu/congresos/pdf-sri/gob-386.pdf), consultado enero 2006).
- HARVEY, D. (2002) The art of rent: globalization, monopoly and the commodification of culture. IN: *Socialist Register "A world of contradictions"* (edited by Leo Panitch & Colin Leys). New York : SR.
- HARVEY, D. (1998) [1990] *La Condición de la Posmodernidad: Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires – Madrid: Amorrortu editores.
- LUCHIARI, M.T.D.P. (2006) “*A valorização dos centros históricos urbanos – os dilemas entre o consumo cultural e a habilitação*”. Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Instituto de Geociências (IG), Departamento de Geografia (Dgeo).

OSZLAK, O. (1991) *Merecer la ciudad. Los pobres y el derecho al espacio urbano*. Buenos Aires: Humanitas-CEDES.

PRATS, L. (1998) El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad. Revistas de la Universidad Complutense N° 27*, pp. 63-76. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

ROTMAN, B. (2002) “Turismo y Patrimonio Cultural: Las tradiciones locales en un contexto de globalización.” en *V Jornadas Nacionales de Investigación – Acción en Turismo*. CONICET-UBA. Programa Antropología de la Cultura, FFyL. UBA.

SANTANA TALAVERA, A. (2002) Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico. *Actas del 6° Encontro Nacional de Turismo com Base Local*. Campo Grande (Brasil).

URRY, J. (1996) *O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*, São Paulo: SESC y Studio Nobel.

VECCHIO, O. (1998) *Recorriendo Mataderos, Tomo I*. Buenos Aires: Edición del Autor.

VECCHIO, O (1998). *Recorriendo Mataderos, Tomo II*. Buenos Aires: Edición del Autor.

VECCHIO , O (1980). *Mataderos, mi barrio*. Buenos Aires: Edición del Autor.

### ***Fuentes periodísticas y de páginas Web***

Artículos extraídos de la Página Oficial de la Feria de Mataderos en Internet:  
[www.feriademataderos.com.ar](http://www.feriademataderos.com.ar)

Artículos institucionales del Mercado de Hacienda de Liniers obtenidos del sitio Web  
[www.mercadodeliniers.com.ar/](http://www.mercadodeliniers.com.ar/)

Artículos periodísticos publicados en el diario Clarín.

Artículos extraídos de diferentes paginas web de Federaciones Gauchas y otras instituciones relativas a la identidad nacional “tradición popular” y lo “gauchesco”.

Folletería adquirida en la Feria durante los días domingo.