

Gardel en Buenos Aires: el retorno del hijo pródigo¹

María Carman²

Resumen

Este trabajo aborda un estudio de caso de activación de patrimonio urbano de "el barrio más porteño" de la ciudad de Buenos Aires; patrimonio que hilvana singularidades artístico-culturales, históricas y religiosas. También pretende contar una historia circular, en la que se entretajan las múltiples recreaciones de una emblemática figura popular –el cantor de tangos Carlos Gardel– y los períodos de ocaso y gloria del barrio que lo vio crecer: el Abasto. Nuestro supuesto es que la reactivación de este patrimonio urbano es imposible de ser pensado fuera de la constante exaltación de la figura mítica de Gardel; en la medida en que ésta es parte fundamental de las creencias, prácticas y representaciones de los habitantes de la ciudad, e incluso de las disputas materiales y simbólicas que se despliegan entre los distintos sectores sociales de este escenario vecinal.

Palabras clave: patrimonio, gentrificación, antropología urbana.

Abstract

This paper addresses a case study of urban heritage activation of Buenos Aires' most emblematic neighborhood, which weaves artistic, cultural, historical and religious peculiarities. The article also aims to tell a circular story, in which the many recreations of a popular iconic figure – the tango singer Carlos Gardel – are interweaved with periods of decline and glory of the Abasto, the neighborhood where he grew up. Our assumption is that it is impossible to analyze the reactivation of urban heritage here without taking into account the constant celebration of the mythical figure of Gardel, insofar as it is a fundamental part of the beliefs, practices and representations of the inhabitants of the city, as well as of the material and symbolic disputes that unfold between different social sectors of this local scene.

¹ Recibido el 26 de junio de 2006, aprobado el 14 de octubre de 2010.

² Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. E-mail: mariacarman@uolsinectis.com.ar

Keywords: heritage, gentrification, urban anthropology.

1. Introducción

A fines de 1998 fue inaugurado un *shopping* en el antiguo mercado de Abasto. El nuevo paisaje se completó con edificios torre, un hipermercado y un hotel internacional en las manzanas aledañas. El proceso estuvo acompañado de un sinnúmero de desalojos y demoliciones de casas ocupadas ilegalmente por sectores populares. En el marco de la inauguración de la calle peatonal Carlos Gardel, junto a un monumento de bronce del cantor sonriendo hacia el actual *shopping*, se sumaron más desalojos a los ocupantes ilegales. Nuevos consumidores y nuevos habitantes fueron desplazando paulatinamente a aquellos “doblemente usurpadores”³ del espacio barrial.

En este trabajo interesa pensar de qué modo se reinventa el barrio de Carlos Gardel apelando a su nombre, su imagen o bien a otros hitos y figuras tangueras que rodean al mito. Nuestro supuesto es que la reactivación de este patrimonio urbano es imposible de ser pensado fuera de la constante exaltación de la figura mítica de Gardel⁴, en la medida en que ésta es parte fundamental de las creencias, prácticas y representaciones de los habitantes de la ciudad, e incluso de las disputas materiales y simbólicas que se

³ Paradojalmente, los ocupantes ilegales son los únicos que tienen un acceso físico a varios de aquellos bienes patrimoniales que constituyen el “valor agregado” del mercado: la vieja cantina Chantacuatro, la esquina O'Rondemán, el hotel-pensión Mare D'Argento, etc. Estos actores rearman como *su casa* parte de aquel patrimonio sagrado y supuestamente intocable del barrio.

⁴ Como sostiene Arantes (1989), si bien la preservación de este tipo de bienes culturales no entra totalmente en contradicción con la lógica capitalista, tampoco puede ser pensada por fuera de su valor económico. En otros trabajos de nuestra autoría vimos cómo este emprendimiento comercial produce un enlace poderoso, un vínculo activo entre cultura y economía, a partir de determinadas políticas de marketing y de promoción turística (Carman, 1999).

despliegan entre los distintos sectores sociales de este escenario vecinal⁵.

2. Nacimiento, muerte y resurrección del mercado de Abasto

“El espacio le sigue perteneciendo aun en la bajamar y, en su vacío, le recuerda el período de pleamar”.

Elías Canetti, *Masa y poder*.

Antes de la despensa de frutas, antes de que lo habitaran griegos o guapos, fue la muerte. La muerte, sí. El barrio del Abasto⁶ de la

⁵ Una ocupante ilegal intenta rebatir los argumentos de una nota periodística publicada en el más importante diario nacional que define al Abasto como el “Bronx porteño” y recurre a la figura idílica, protectora, omnipresente de Gardel para conjurar sus “males”, es decir las ocupaciones ilegales y el deterioro en que está sumido el barrio: “¿Quién es Carlos Gardel? ¡Los chicos no saben, no les importa, ellos no saben quién es, te dicen que Gardel es una calle! ¿Gardel te dicen? Sí, la calle [nos reímos]. Además no es que vivió acá, le compró la casa a la madre cuando era grande. ¡A nadie la importa Gardel, no existe! El Abasto somos nosotros” (Mónica, 40 años, ocupante ilegal).

⁶ Si bien se lo conoce comúnmente como “El Abasto”, esta porción de la ciudad de Buenos Aires no constituye un barrio reconocido oficialmente como tal, ya que el área que abarca corresponde casi íntegramente al barrio de Balvanera y en una ínfima porción al de Almagro. No obstante, en tanto “El Abasto” es la denominación barrial que se ha consolidado en el imaginario colectivo optaremos por esta denominación, respetando los límites que más se aproximan a este imaginario vecinal y a las singulares características edilicias que se entretajan alrededor del antiguo mercado.

El Abasto está ubicado muy próximo al centro de la ciudad, a unas 20 cuadras por la avenida Corrientes, y se halla dentro del sector más poblado de Buenos Aires. Ya en 1910 formaba parte del rectángulo de 500 manzanas que “constituía la zona más densamente edificada y habitada de la ciudad” (Scobie, 1986: 44). El parque de viviendas desocupadas en este distrito (casi 16.000) representa casi el 10% de su total (123.600 viviendas). La población ocupante de este distrito, donde se inserta el barrio del Abasto, giraría en torno a las 12.000 personas, lo cual representa el 8% del total de ocupaciones de Capital Federal, el porcentaje más elevado junto con los distritos I y IX (cada uno de estos distritos

ciudad de Buenos Aires era una estación fúnebre donde se cargaba en 1871 a las víctimas de la fiebre amarilla rumbo al cementerio de la Chacarita; de allí partía el ramal atestado del “tren de la muerte”.

Luego vinieron los grandes camiones, humo, gritos, multitud.

El barrio se configuró alrededor del Mercado Central de frutas y verduras homónimo que allí fuera emplazado a fines del siglo XIX. Con la instauración del mercado “fue naciendo un barrio de casas de familia y disimulados prostíbulos”⁷, donde, según la evocación romántica de un periódico local, “la solidaridad era la comida cotidiana de ese babel de inmigrantes que se arracimaba en los conventillos vecinos al mercado”⁸.

En torno del mercado se desarrolló una vasta actividad sociocultural caracterizada por la presencia de cines, teatros, fondas y cantinas que agrupaba a puesteros y otras personas que se reunían en este sitio pintoresco de la ciudad. Su máxima figura en las primeras décadas del siglo XX fue Carlos Gardel, quien vivía en el barrio y junto con otros artistas cantaba en los bares que rodeaban al mercado, por lo que fue conocido como el Morocho del Abasto.

Las edificaciones que se fueron construyendo en las décadas siguientes como complemento del mercado original dan cuenta del crecimiento que fue experimentando el barrio, en coincidencia con Buenos Aires. Pero precisamente, como la ciudad siguió creciendo y el mercado de

también abarca un 8% del total de las ocupaciones). Los datos fueron extraídos del Censo Nacional de Población y Vivienda INDEC de 1991. Surgen como datos relevantes, pues, la considerable densidad de población y el elevado porcentaje de ocupantes ilegales en el total de su población (Rodríguez, 1993).

⁷ *Diario Clarín*, 8/1/94, pág. 58.

⁸ “Leyendas del Abasto”, artículo publicado en el periódico *Tiempo de barrio*, 12/1990, pág. 4.

Abasto había quedado dentro de su radio central, comenzó a crear más problemas que soluciones, por lo que fue trasladado al conurbano bonaerense.

En 1984 el Mercado fue finalmente clausurado y volvió a ser lo que nunca dejó de ser del todo: un inmenso ataúd. La gente permanecía en aquellos oficios que alguna vez fueron prósperos, eternos recambios de fruta simulando eternidad. Entonces apareció Luca Prodán⁹, otro héroe popular a quien las anécdotas pintan caminando en pijama de madrugada por el pasaje Carlos Gardel, acaso visitando el fantasma del otro.

Desde que el mercado fue clausurado, el lugar perdió parte de la singular vitalidad que le era propia desde fines del siglo XIX. Varias familias quedaron sin trabajo, ya que gran parte de la zona del Abasto giraba en función del mercado. Por otra parte, los espacios que quedaron vacíos tras la clausura (casas, antiguos depósitos) fueron progresivamente ocupados por sectores populares, a lo largo de estos últimos diecisiete años.

Es interesante constatar que el fenómeno de las ocupaciones ilegales, que comienza a fines de la dictadura militar y principios de la democracia -1983 en adelante- es contemporáneo a la clausura del mercado de Abasto, acaecida en 1984. El desplazamiento de determinados espacios, sumado al hecho de ser un barrio “de los márgenes”, pese a su ubicación céntrica, más el ablandamiento de las prácticas tras la caída de la dictadura, son todas circunstancias que se combinaron de un modo singular para que determinados sectores –recién llegados, ex inquilinos- “rompieran candado”¹⁰ en distintos rincones del Abasto, así como también en otros

lugares de la ciudad con características similares.

Una de las peculiaridades que distinguen a este barrio es el marcado contraste entre los grupos sociales que allí conviven, ya que encontramos residencias de clase media (edificios, casas dúplex, etc.) contiguas a deteriorados conventillos de sectores populares. Hasta hace tres años se concentraban en pocas cuadras más de medio centenar de casas tomadas, incluyendo algunos baldíos y una veintena de hoteles pensión. Dar cuenta de este escenario urbano implica reconocer actores contrapuestos como las instituciones “prestigiosas” y las populares; propietarios y linyeras; inmigrantes del interior del país y de otros países cercanos (Bolivia y Perú); vecinos de clase media y ocupantes ilegales de casas tomadas. Tal como veremos, los propios “héroes” locales - Luca Prodán y Carlos Gardel- dan cuenta también de estas abismales diferencias.

Pero luego de esta larga hibernación desde la clausura en 1984, el barrio comenzó a experimentar en los tres últimos años una vertiginosa mercantilización de sus espacios. El viejo mercado se ha convertido en *shopping* y, a fuego lento, las casas tomadas que lo rodean fueron desalojadas en pos de la construcción de las torres-*country*; una suerte de monoblocks con *glamour* que intentan dejar el dolor fuera de sus murallas, aunque dos obreros –inmigrantes ilegales mal pagos y trabajando a destajo- murieron en sus alturas durante las megaobras de reciclaje. Los empresarios ofrecieron a los intrusos un desalojo *light*: dinero contante y sonante a cambio de su exilio y silencio.

Si bien el cierre del Mercado de Abasto provocó un deterioro aún mayor del que siempre había existido, por tratarse de un mercado mayorista, el despegue del mismo capitalizó sus riquezas latentes: la estratégica ubicación del barrio, su exotismo, y su patrimonio histórico-cultural que, concentrado en buena medida alrededor de la

⁹ Luca Prodán era el líder de la banda de rock nacional SUMO. Cuando llega a la Argentina habita por varios meses el barrio del Abasto.

¹⁰ La expresión “romper candado” alude a la práctica de encontrar casas deshabitadas y forzar su cerradura para instalarse a vivir clandestinamente en su interior.

polifacética figura de Carlos Gardel, deviene desde nuestro punto de vista en una suerte de patrimonio religioso. Si bien resultaría arduo extendernos sobre esta cuestión -o bien ameritaría la redacción de otro trabajo- intentaré abordar brevemente por qué resulta lícito considerar a Carlos Gardel, entre otras cosas, como un fenómeno de religiosidad popular.

3. Gardel *aggiornado*, *ubicuo*, *sobrenatural*

“Y como un grito salió del sórdido barrial
buscando el cielo”.
Enrique Santos Discépolo, *El Choclo*.

Desde su trágica muerte acontecida en 1935 hasta la fecha, Gardel ha sido el más persistente “héroe” nacional. Según lo expresa la antropóloga italiana Sabrina Carlini, estudiosa del mito, en él convergen una devoción popular que, a diferencia de otras figuras del “Olimpo” mítico argentino como Perón o Evita, guarda un consenso unánime, de tal modo que -afirma Horacio Salas- es imposible pensar una Argentina sin Gardel (en Carlini, 2000).

El aura mítica de “San Gardel”, patrono de la música porteña, se alimenta de diversas fuentes: el misterio de su origen (recordemos las disputas sobre su lugar de nacimiento entre franceses, uruguayos y argentinos; disputas que hoy continúan), el ocultamiento de ciertos aspectos de su vida y, por supuesto, su muerte imprevista en la plenitud de su carrera. Este Gardel “glorioso, eterno como un Dios” es visto por algunos -agrega la autora- como una figura capaz de interceder con lo divino: “El pedido de un favor o de una ayuda denota una fe en un presunto poder sobrenatural y remite a la competencia típica de un santo (muchos de los santos populares son venerados por sus virtudes prodigiosas y taumatúrgicas)” (en Carlini, 2000: 2).

Atendiendo sólo a los principales episodios necrológicos, tan caros a los argentinos, es justo recordar que Gardel tuvo en total cuatro velorios -algunos de varios días, espeluznantes-, y su cadáver deambuló en ferrocarril, en barco y al hombro (cuando lo exigían las dificultades de la montaña) por distintas ciudades de Colombia, Nueva York, Montevideo y Buenos Aires, donde alcanzó el descanso definitivo en el cementerio de la Chacarita casi un año después (Carman, R. L., 1999). Un itinerario increíble, descomunal, donde no faltó un último velorio con las tribunas repletas en el estadio Luna Park, con orquesta incluida donde, según la evocación del poeta, “el rumor del llanto colectivo se unió desconsolado a la lúgubre cadencia y el vasto universal rompió las cerraduras de las puertas y saliendo del estadio fue entrando a la ciudad” (Gorostiza, 1981). Quizá este viaje mortuorio con dejo de infinito unido a la también infinita adoración popular sólo sea comparable al que sufrió el cadáver de Evita, cuyo impactante relato agita las páginas de la novela *Santa Evita* de Tomás Eloy Martínez. O el de Hipólito Yrigoyen, velado por tres días, llevado a pulso al cementerio de la Recoleta, con la tapa del féretro abriéndose en medio de la multitud venida de todo el país para sus “funerales de epopeya”¹¹.

El escritor Carlos Gorostiza entrelaza, en una historia ficcional, el velorio de Gardel con otras muertes significativas de los argentinos como las de Hipólito Yrigoyen, Gatica y Perón, y arguye que ha ser difícil entender desde otras latitudes “esta incapacidad nuestra de enterrar para siempre a nuestros padres muertos, esta dificultad argentina para iniciar de una vez por todas una vida adulta y sin ‘cuerpos presentes’, esta casi imposibilidad de olvidar nuestros mitos y crear un presente sin dolientes cuerpos rezagados” (Gálvez, 1939).

¹¹ La frase pertenece a Ricardo Rojas y es citada por Luna (1988) en su libro sobre Yrigoyen. Respecto al velorio, es imperdible el conmovedor relato de Gálvez (1939).

Hoy día, la tumba de Gardel en el cementerio porteño de la Chacarita es objeto de continuas peregrinaciones de “fieles” y familias que llevan ofrendas, prenden velas a su imponente estatua y toman mate a sus pies, le formulan pedidos y lo convierten en una suerte de dios protector a su alcance. En la mano de bronce de su estatua hay un cigarrillo a veces encendido, como si se tratara de una antorcha griega, o de un único cigarrillo imperecedero. Los refranes populares condensan este carácter divino del más célebre cantor de tangos de la historia: “Gardel canta cada día mejor”, “Andá a cantarle a Gardel”, o bien: “X se cree Gardel”, lo que equivale a decir que se cree Dios. Y no podía faltar la evocación de la tumba por antonomasia en el universo de Borges. En el Aleph borgeano, el protagonista ve, además del populoso mar, el alba y la tarde, marejadas y ejércitos, “un adorado monumento en la Chacarita”.

Gardel también está más vivo que muerto en el barrio del Abasto. En las sucesivas “estaciones” del santuario de Gardel (la casa donde vivió junto a su madre, la esquina donde cantaba, etc.) pueden leerse más de una inscripción de ribetes nostálgicos junto a su rostro engominado: “No me lloren, crezcan”; o bien “Nací en este barrio, crecí en tus veredas”. Asimismo, en la fachada de la cantina Chantacuatro, justo frente al actual *shopping*, sobre la cortada Carlos Gardel ahora peatonal, puede verse un mural en honor a Gardel que realizaron los artistas plásticos de la zona; amén de leyendas y dibujos conmemorativos de esta esquina histórica. Otro tanto sucede en la puerta de la casa de Carlos Gardel, cuya placa recordatoria fue “actualizada” con graffitis alusivos.

La mitología del Abasto se construye desde sus “embajadores” naturales: aquellos personajes célebres que vivieron allí y sobre él proyectaron sus luces y sombras. Los habitantes de la ciudad suelen asociar el barrio con sus habitantes famosos: antiguamente Gardel y luego, en los ochenta,

Prodán. Las pintadas rockeras en las paredes del barrio (“Luca vive”, “SUMO”, etc.) glorifican a Luca, cuya trágica muerte lo convirtió en héroe local. Pero éstas ingresan, a las pocas cuadras, en el túnel del tiempo y se “transforman” en tangueras; del mismo modo que las figuras de uno y otro héroe vernáculo –Luca y Gardel– se atraviesan en diversas evocaciones.

Pero Gardel es, de ambos, el único héroe legítimo de los anales del barrio y de proyección universal. Luca podría figurar más en los prontuarios que en otro registro, a no ser el de las revistas de rock y los suplementos “jóvenes” de los diarios. Estos personajes famosos se instalan en el Abasto por motivos diversos aunque en cierto sentido coincidentes. En el caso de Gardel, se trata de una suerte de retorno glorioso del hijo pródigo. Es sabido que Gardel inició la carrera que lo convertiría en el más célebre cantor de tangos de todos los tiempos en los bares y cantinas del Abasto cuando era joven y gordito, todavía desconocido. El suyo es el mito por excelencia que entronca la historia del Abasto al tango. “El Zorzal” tenía su barra de amigos en el barrio y allí conoció a otros memorables cantores como José Razzano. Lo excepcional del caso es que una vez que triunfó como cantor de tangos, no renegó del Abasto de changarines y camiones: volvió al barrio y compró para él y su madre una casa, donde vivieron juntos y donde ella hubo de morir¹². Al Morocho del Abasto, en cambio, lo esperaba un incendio. El cuerpo de Gardel purificado, eternizado por el fuego, no hizo sino perfeccionar el mito. Años más tarde, como un eco de esa muerte trágica, se incendió también el mercado de Abasto pero sobrevivió; quizá sólo quería vestirse de luto.

¹² “El Abasto, escenario mitológico de Gardel”. En *Revista Nueva Ciudad*, octubre-noviembre 1988, Suplemento del Abasto, págs. 28-29. Para una historia más detallada de la relación de Gardel con el Abasto, ver Collier (1986), Morena (1976) y Defino (1968).

Luca, en cambio, llega al Abasto luego de un peregrinaje por diversos puntos del mundo para recuperarse de su adicción a la heroína, y lo reivindica en una de sus canciones más famosas, exaltando su carácter mítico y su acervo popular¹³. Si bien cada uno de estos supuestos “héroes” locales concitan la atención de un público distinto, ambos contribuyen a conformar una cierta imagen de un “barrio con personalidad”, con peso propio. Y hasta pueden ser rescatados, pese a su heterogeneidad, a la hora de fomentar la sustitución de los habitantes menos cotizados del barrio por otros; es decir, a la hora del ennoblecimiento del escenario barrial.

Aunque también a la inversa, los sectores populares del barrio retoman, en palabras del novelista argentino Osvaldo Soriano, “el mito perfecto” de Gardel en virtud del lugar de prestigio al que se aspiran (en Carlini, 2000: 3). Un caso interesante en este sentido lo constituye la mutual boliviana Juana Azurduy de Padilla, que trabajaba en la alfabetización

de “los chicos de la cortada”¹⁴. En conmemoración del aniversario de la muerte de Carlos Gardel, habían organizado un evento que mezclaba comidas típicas de Bolivia con tradiciones argentinas, y cuya presidenta, Ana, narraba en los siguientes términos: “Nosotros lo que queremos es recuperar la historia, por eso elegimos esta fecha. Este es un barrio muy especial, con RAÍCES [sic], con mucha historia, y una historia muy rica [me habla sonriendo, haciendo gestos, alzando la mirada, idílicamente]. Vos pensá que Gardel vivió acá, Gardel era no sé si decirte un chico de la calle pero sí, un chico de la cortada, un cartonero. Imagínatelo a él pobre, a los ocho años, viviendo con la madre. Era un chico más.

“Por eso me parece que decir ‘Homenaje al aniversario de Carlos Gardel’ en este barrio tiene mucho significado, no? [me sonrío y enfatiza las palabras]. Y los concejales eso ni lo tienen en cuenta, lo único que ven son las canciones de Gardel. Hace 5 años cuando también lo hicimos hubo mucha convocatoria, vinieron payadores, tangueros de acá del barrio que están de toda la vida, estuvo muy lindo”.

Este es un extracto de su “discurso oficial” en donde se entreteteje la historia de “Carlitos Gardel inmigrante”, un chico pobre y regordete del barrio, que viene a ser como uno de los niños argentinos de la cortada a los que ellos desde la mutual boliviana “salvan de la delincuencia” (sic). Dice también que a las madres de los chicos “no le preguntamos nada”, aludiendo a que no van a discriminar a los chicos de las actividades de la mutual porque sus padres se dediquen a actividades *non sanctas*.

Nótese de qué manera ingeniosa ella revierte los argumentos gubernamentales y de los medios de comunicación en contra de la inmigrantes ilegales bolivianos y peruanos: en

¹³ En su LP “After Chabón”, el grupo SUMO grabó el tema “Mañana en el Abasto”, una de sus canciones más famosas, que quedó como una especie de testamento: “Mañana de sol / bajo por el ascensor / calle con árboles / chica pasa con temor. No tengas miedo, no / me pelé por mi trabajo / las lentes son por el sol / y para la gente que me da asco. No vayas a tu escuela / que San Martín te espera / estás todo el día sola / y mirás a mi campera. Tomates podridos / por las calles del abasto / podridos por el sol / que quiebra las calles del abasto. Hombre sentado ahí / con su botella de resero / los bares tristes y vacíos ya / por la clausura del abasto. José Luis y su novia / se besan ahí por el abasto / yo paso y me saludan / bajo la sombra del abasto. Parada Carlos Gardel / es la estación del abasto / Sergio trabaja en el bar / en la estación del abasto. Piensa siempre más y más / será por el aburrimiento / subte línea B / y yo me alejo más del cielo. Ahí escucho el tren / Ahí escucho el tren / estoy en el subsuelo / estoy en el subsuelo.

“Más que visitar el barrio de Gardel, me parece que últimamente está viniendo la gente para conocer la estación de subte por la canción de Luca Prodán” (“El recuerdo de Gardel no alcanza el Abasto”, nota publicada en el diario *Página 12*, 1/7/94, pág. 26).

¹⁴ Expresión que alude a los chicos que habitaban hasta hace dos años en las casas y baldíos tomados de la cortada Carlos Gardel.

este caso serían ellos, los bolivianos, los que rescatan las tradiciones históricas de los argentinos (el homenaje a Gardel, etc.) y los que rescatan a los niños pobres argentinos de las sombras de la ilegalidad. Del mito inicial de “Carlitos inmigrante” también se desprende la segunda parte de la trama: la que rescata las luchas de los inmigrantes bolivianos, su actuación en la sociedad.

Los ilegales no son, para la mutual, los inmigrantes sin papeles de su comunidad, sino los ocupantes del Abasto que ellos procuran “reinsertar en la sociedad”. La mutual se construye ideológicamente como parte del “nosotros” –la sociedad argentina– que se ocupa de salvar e integrar a los “otros”: los niños marginales, hijos de ocupantes ilegales que se dedican a la delincuencia.

En relación con todo lo expuesto, García Canclini (1992: 208) expresa que el valor de los mitos fundacionales se renueva mediante relatos que “son contados mediante variantes múltiples, como ocurre cuando distintos miembros de un pueblo contribuyen a darle énfasis diversos y lo actualizan”. Ojalá este abanico de periplos fúnebres, disgresiones literarias y anécdotas locales despeje el camino de los argumentos del próximo acápite, referidos al uso de los nombres cotizados en la activación de un patrimonio.

4. La importancia de llamarse Carlos Gardel

“El Abasto es Gardel”.

Nota de tapa del diario *Crónica* el día de la inauguración de la estatua del cantor en la esquina del *shopping* Abasto de Buenos Aires.

¿Cuál es la ilusión o el cinismo de recuperar un lugar que se ha aniquilado desde la manía de nombrarlo una y otra vez, como si ese milagro de la palabra pudiera salvarlo? Hay una persistencia en transformar el barrio, en muchos casos destruyendo su historia pero apelando a ella eufóricamente. Cualquier

espacio nuevo que surge en el barrio necesita la bendición de un buen nombre, ya sea el Abasto, el tango o Carlos Gardel. Pareciera que los “nuevos” lugares no pudieran ponerse en marcha sin la “vieja” historia a cuestas.

Así como en las ciudades o pueblos del país, las calles y avenidas importantes suelen llevar ciertos nombres de próceres del siglo pasado; del mismo modo en el Abasto toda calle, estación o esquina que se precie de ser tal vence la anonimidad con un nombre “seguro”. Se trata de ciertos nombres consagrados que provienen de la mitología tanguera o bien de la redundante y poco imaginativa denominación del propio barrio –“del Abasto”– que funciona como una prolongación de la primera. Y entre ellas tiene un sitio privilegiado la denominación tanguera por antonomasia: Carlos Gardel.

Cosmopolita pero a la vez, profundamente local, el Morocho del Abasto presta su nombre y apellido con cierta desmesura a rincones tan dispares como la estación de subte, la cortada, el monumento y una de las torres... El héroe, parafraseando a Mircea Eliade, se revela como lenguaje¹⁵. En el poder de este nombre se recobra sólo lo mejor de la historia y mitología barrial, de su *folklore* y exotismo, de su encanto turístico, como si todo aquello se nombrara por primera vez. Citamos a Bourdieu (1988: 491): “El poder de imponer el reconocimiento depende de la actitud de movilizarse alrededor de un nombre [...] y por consiguiente para

¹⁵ Debido a la arbitrariedad de la paráfrasis –cuyo interés, lejos de cualquier rigor, se limita a “jugar” con las diversas apropiaciones del “mito” local, a la vez que sugerir los modos por los que el héroe “habla” a través de su mito– citamos al autor: “El hombre de las sociedades donde el mito es algo vivo, vive en un mundo ‘abierto’, si bien ‘cifrado’ y misterioso. El mundo ‘habla’ al hombre y, para comprender este lenguaje, basta con conocer los mitos y descifrar los símbolos. El Mundo no es una masa opaca de objetos arbitrariamente arrojados juntos, sino un cosmos viviente, articulado y significativo. En último análisis, *el Mundo se revela como lenguaje*” (Eliade, citado por García Gual, 1995: 283; el resaltado es nuestro).

apropiarse de un nombre común y comulgar con un nombre propio”.

Partimos de la idea de que la imagen específica de este *shopping* se construye, entre otras cosas, a partir de la apropiación del nombre de Gardel o “del Abasto” (que funciona como una prolongación del anterior) en todas sus facetas posibles. El uso recurrente, casi excesivo del nombre funciona para remarcar la especificidad de este *shopping*, o si se prefiere, como criterio de distinción en relación a otros centros comerciales de características similares¹⁶.

El nombre “Abasto” se puede rastrear fácilmente en la manzana del *shopping* esculpido, dibujado o pintado en las más diversas superficies: en los uniformes de las jóvenes que trabajan allí, en las puertas de entrada y en los afiches de los muros externos; en las pancartas de su interior e incluso en las rampas de discapacitados de las esquinas que dan a la avenida Corrientes. La redundancia del nombre Abasto se completa hacia el interior del *shopping* con referencias tangueras, ya que la historia del barrio estuvo íntimamente ligada a los orígenes del tango. En las pancartas gigantes que daban la bienvenida al visitante durante su inauguración se leía “Veinte años no es nada”, retomando la letra del célebre tango y en mutua alusión, quizá, al acervo tanguero del barrio y al tiempo en que el mercado permaneció cerrado y literalmente rodeado de casas tomadas.

¹⁶ En un sentido más amplio, estas activaciones del patrimonio también pueden ser leídas como parte de una lucha de determinados sectores por incluir al Abasto dentro del circuito de la Buenos Aires pintoresca; ya que hasta el momento se presenta socialmente como un espacio residual: se trata de un barrio menor, relegado de los circuitos turísticos convencionales. Parte de estos discursos exaltadores del mercado, de Gardel y su leyenda podrían ser interpretados como una búsqueda de apropiación privilegiada de ese patrimonio, para rejerarquizar el sitio del Abasto entre los monumentos y barrios ya consagrados de Buenos Aires como San Telmo, La Boca o la Recoleta.

Del mismo modo, la plaza seca del *shopping* —que constituye, además, su centro neurálgico— fue bautizada “Del Zorzal”, en obvia alusión a Gardel. Algunas imágenes del cantor impregnan, a su vez, ciertos rincones del *shopping*, unos de los símbolos por excelencia del capital transnacional y los procesos de globalización. Una cuadra más allá, y como parte del mismo emprendimiento comercial, las torres de departamentos también reciben denominaciones tangueras: “Carlos Gardel”, “Enrique Santos Discépolo” y “Aníbal Troilo”. Algo similar sucede en el hotel internacional, en donde el tango brilla por su ubicuidad: es la música que se escucha todo el tiempo, el motivo del inmenso *vitraux* de la entrada y de las pinturas y fotografías de cada piso. Cada uno de los nueve salones del hotel, además, homenajea a un autor: Manzi, Piazzola, Discépolo... y la lista continúa. También se pueden tomar clases de tango o comprar un *compact disc* con una selección de los mejores tangos. El Abasto es concebido desde los folletos turísticos del hotel como *the place of tango*.

En los últimos años se han multiplicado las fotos de Carlos Gardel presidiendo la inmensa farmacia en la esquina del *shopping* y sus vidrieras exhiben los productos de perfumería mezclados con fotos de todos los tamaños del “Zorzal Criollo”. Las casas de antigüedades que se ha instalado ahora en el barrio también coronan sus vidrieras con retratos de Gardel y al interior de los negocios se escuchan tangos, se venden fotos enmarcadas, discos de pasta y sombreros de ala negra como los que usaba “Carlitos”. Hay tantas fotografías de Gardel en pocas cuadras que la imagen se banaliza¹⁷ y todas las vidrieras parecen espejos imperfectos de esa única imagen legítima.

¹⁷ Abélès (1997) trabaja esta cuestión en relación a los hechos “inflados” por los medios de comunicación: la repetición de una imagen y la omnipresencia de un rostro conocido producen un efecto de deterioro.

Como expresa Zukin (1987), las empresas involucradas en estos procesos de ennoblecimiento¹⁸ persiguen una estrategia de preservación que suele extenderse a la creación de un nombre “histórico” para el barrio implicado, y que les permite a ellos definir y apropiarse del área en cuestión. La propia fórmula que designa al *shopping* – Abasto de Buenos Aires- también se vincula, como diría Bourdieu, con este poder casi mágico de nombrar y de hacer existir gracias a la nominación¹⁹. El nombre del *shopping* juega con la idea del barrio recobrado: el Abasto pertenece otra vez a la ciudad luego de esos últimos veinte años –el intersticio del desierto, de los ocupantes ilegales- que fueron nada, como reza el tango. Así como Gardel representa en la historia local el retorno glorioso del hijo pródigo, algo similar podríamos pensar del barrio en relación a la ciudad: el *Abasto* también es una suerte de hijo pródigo, reconquistado *de Buenos Aires*, ahora que fue despojado de sus “moradores indeseables”, los ocupantes ilegales. La activación del patrimonio del mercado –cada vez más monumentalizado y eternizado- es directamente proporcional a la visualización de los ocupantes como efímeros, como un elemento vernáculo tendiente a desaparecer.

¹⁸ O'Connor y Wynne (1997) definen el proceso de ennoblecimiento urbano como una especie de inversión del movimiento centrífugo para afuera desde el centro de la ciudad, por parte de las clases acomodadas, que deviene en un recentramiento de áreas de la ciudad anteriormente consideradas marginales. El neologismo, formado a partir de *gentry* (nobleza), pretende significar el proceso de reestructuración de algunas zonas urbanas, acompañado de un efecto de atracción sobre grupos de recursos económicos y culturales medios y superiores que allí establecen residencia o comercio.

¹⁹ “Apropiarse de las palabras en que se encuentra depositado todo aquello que un grupo reconoce es asegurarse una ventaja considerable en las luchas por el poder [...] Una de las estrategias más universales de los profesionales del poder simbólico [...] consiste en poner de su lado el sentido común, apropiándose de las palabras a las que *todo el grupo da valor porque son las depositarias de su creencia*” (Bourdieu, 1984: 291; el resaltado es nuestro).

En el exclusivo evento de inauguración del *shopping*, del que participaron el Presidente de la Nación y un grupo de políticos y estrellas de la farándula, un Gardel tridimensional –al que se podía “tocar” gracias a unos anteojos especiales- “saludó” y “bendijo” la recuperación del barrio para el Abasto y para Buenos Aires, mientras enunciaba frases tales como: “Al Abasto lo inventaron pero yo le di la patente”; o “¿Cómo no voy a venir [a la inauguración del *shopping*] si yo soy el símbolo del símbolo?”

El Gardel revivido, tridimensional, culminó con una interpretación de “Mi Buenos Aires querido”. El show conjugó elementos de tradición y modernidad: la historia del barrio mostrada en pantallas gigantes, las rubias de New York bailando pasos modernos, la imagen tridimensional de Gardel dentro del *shopping*. El espectáculo, en fin, cobró el sentido de una reconquista. En este caso, la dimensión religiosa a la que siempre apela este tipo de ceremonias²⁰ se apoyó en la figura de Carlos Gardel, encarnado como el “libertador” del barrio antes usurpado y en estado de abandono. “El espíritu de Gardel hecho cuerpo fue muy impactante”, me dijo en una entrevista el director de esta puesta en escena, especialmente formulada para la inauguración del *shopping*, “era encontrarle una forma, era el Tata Dios”.

La eficacia de la representación dramática reside en la creencia: se recurre a Gardel porque se cree en él, se ejecuta una fórmula

²⁰ Abélès (1997: 11). La dimensión religiosa de estos *meetings* o rituales políticos apelan a una trascendencia (la nación, el pueblo, la clase obrera); trascendencia evocada en el discurso del oficiante o por el juego de símbolos utilizados. Se retendrá también -dice el autor- “la dimensión propiamente religiosa que se instaura entre el oficiante y los fieles. Tenemos aquí que ver con los ritos en toda la expresión del término. Fragmentación, repetición, de un lado; dramatización del otro: todo concurre a producir la ‘trampa para pensar’. De la misma manera, recontramos actuando los cuatro ingredientes: sacralidad, territorio, el predominio de valores y de símbolos colectivos”.

porque se tiene confianza en ella (Mauss, 1985). Me seduce la idea de Gardel como un mago, objeto de profundos sentimientos sociales que aumenta su imagen desmesuradamente de cuento en cuento y de narrador en narrador, convirtiéndose en uno de los héroes preferidos de la imaginación popular.

Gardel es continuado en la figura de otros cantantes populares también muertos trágicamente: Gilda, una bailantera, y últimamente Rodrigo, un cuartetero que murió a los 27 años un 24 de junio, el mismo día de la muerte de Gardel. Ambos cuentan con su propio santuario sobre las rutas donde ocurrieron las tragedias. A los tres cantantes –Gardel, Gilda, Rodrigo- se les atribuye la realización de milagros de todo tipo: futbolísticos²¹, personales, familiares, etc. Citamos a Mauss (1985: 146): “Todos los días la sociedad ordena, por así decirlo, nuevos magos, realiza ritos y escucha cuentos inéditos que son siempre los mismos. La creación de la magia por la sociedad es continua a pesar de estar interrumpida en cada instante”.

El noticiero popular “Crónica TV” recuerda los 24 de junio a Rodrigo y Gardel en un potpurri de imágenes que empalma la tragedia de Medellín donde se incendió el avión de Gardel y la autopista donde perdió la vida Rodrigo. “Carlitos” cantando tangos súbitamente se “transforma” en Rodrigo cantando tangos y luego sus propias canciones, entre las que se destaca un himno dedicado a Maradona, otro héroe popular.

El mago como un hombre que tiene cualidades, relaciones y poderes especiales; la atmósfera particular en la que vive el mago y que lo acompaña a todas partes... ¿No es fascinante pensar a Gardel desde aquella figura del mago, ya constituida por una

infinidad de “se dice”, con lo cual el mago no tiene más que adaptarse a su imagen?

5. El mercado y su proyección en el barrio: el concepto de destradicionalización

“No me lloren, crezcan”.

Graffiti acompañado con la cara de Gardel en el barrio del Abasto.

El centro de placer que encarna el Abasto se diversifica no sólo en el sinnúmero de tiendas de ropa, restaurantes, parques de diversión y cines del propio *shopping*, sino también en las esquinas estratégicas alledañas que fueron adquiridas por la misma empresa a cargo de Abasto de Buenos Aires. En esas esquinas, otrora ocupada por famosos reductos tangueros como el café O'Rondemán y la cantina Chantacuatro, se planifica erigir bares temáticos como una continuación de la oferta del propio *shopping*.

Las fuerzas del mercado oscilan entre la destrucción de manzanas enteras y la valorización de algunos hitos del patrimonio religioso, histórico y cultural. Operan, pues, en una ambigua frontera de aniquilación y conservación. La instalación de estos servicios ilustra, como bien señala Fortuna (1997: 242), la reconversión funcional de ciertos espacios de la ciudad “alrededor de dinámicas sociales nuevas, alrededor del turismo, del placer y de la promoción comercial de artefactos de la cultura regional y local”.

Esta operatoria podría leerse a partir del concepto de *destradicionalización* que propone el autor en su ensayo sobre la ciudad de Evora, en Portugal: “La destradicionalización es un proceso por el cual las ciudades y las sociedades se modernizan, al sujetar anteriores valores, significados y acciones a una nueva lógica interpretativa y de intervención” (Fortuna: 1997: 234). Este proceso no está queriendo significar, pues, la eliminación de todo lo que sea pasado,

²¹ En agosto de 2001, el diario *Crónica* comentó el primer puesto del equipo de fútbol del que era aficionado Rodrigo -Belgrano de Córdoba- como “otro milagro de Rodrigo”.

memoria e historia de la ciudad porque eso sería su propia destrucción; sino que por el contrario implica una recodificación de la tradición.

Esta idea de destradicionalización se desprende, además, del reconocimiento de que ni la tradición ni la innovación existen bajo una forma absoluta y que, en muchos casos, se traduce en una paradójica conservación innovadora del elemento tradicional. En este sentido, consideramos que el concepto de Fortuna encuentra ciertas afinidades con la noción de ennoblecimiento (*gentrification*), en el sentido de que ambos confluyen en la tentativa de relanzar dinamisismos locales perdidos o de sacar beneficio de potencialidades inexploradas, asignándole un papel fundamental a la herencia cultural y al patrimonio religioso, artístico, histórico.

En el Abasto encontramos numerosos ejemplos de esta práctica que combina tradición y modernidad de un modo singular: los nuevos usos y apropiaciones del nombre Abasto para designar una estética del placer o del consumo; el recupero de los supuestos símbolos y héroes del tango resignificados en relación al *shopping* o las nuevas torres del barrio; etc.

El caso de las torres-*country*²² resulta de por sí paradigmático y lo hemos de retomar brevemente para dar cuenta de las implicaciones que acarrea este proceso de destradicionalización. Las torres se encuentran “ancladas” en el barrio argumentado como tradicional y de eso dan cuenta hasta sus propios nombres, repetidos hasta el hartazgo para su promoción tanto en los diarios que describían el emprendimiento comercial como en los folletos de publicidad.

²² Las torres en cuestión son conocidas como los “*countries* en la ciudad” que se impusieron como moda en los últimos tiempos en Buenos Aires. Se trata de edificios con servicios adicionales: pileta, parque, gimnasio, circuito aeróbico, etc.

Las torres seleccionan elementos del pasado y del futuro de modo de construir un presente plausible (Fortuna, 1997) que los homologue además a los barrios de mayor cotización²³: “Tenga su departamento en Torres de Abasto. El proyecto inmobiliario del Tercer Milenio”; “Cambie por el Abasto, cambie su vida. Sea protagonista del emprendimiento que transformó el corazón de la Capital Federal”²⁴.

En la invención de este “nuevo” Abasto se vislumbra claramente la propuesta de empalmar elementos modernistas – optimización del potencial turístico; acento en la competitividad, en la tecnicidad, en la cultura empresarial y en la internacionalización de la ciudad- con elementos tradicionalistas, a través de la promoción de determinados dispositivos simbólicos que acentúan la supuesta cultura e identidad local.

Lo mismo podría decirse respecto a otros fragmentos de esta megaobra como la calle peatonal Carlos Gardel, la remodelación de la estación de subte Carlos Gardel, el monumento a Gardel, etc. La ironía en el caso de las torres-*country* reside en que estas indirectas activaciones del patrimonio que pretenden recuperar el aura tanguera o mítica del barrio se materializan en un proyecto que introduce un quiebre profundo en la arquitectura típica del lugar, caracterizada por las casas bajas de tipo “chorizo”.

6. Conclusiones

En el Abasto desaparecen fachadas, casas enteras, se desalojan personas, se borran ciertas memorias... y frente a tal panorama de destrucción se erige la figura del “dios” local:

²³ En efecto, por algunos departamentos se piden los mismos precios que en Palermo, Belgrano, Recoleta y Barrio Norte. Fuente: “El Abasto revive en un gran *shopping*”. *Diario La Nación*, 8/11/98, pág. 23.

²⁴ Slogan de los folletos publicitarios de las torres de departamentos que diversas promotoras distribuían en esquinas céntricas de la ciudad.

Gardel. Ciertos desastres pueden ser tolerados sólo en nombre del “santo”, preservando su figura y su nombre²⁵. Quizá sería interesante en un próximo trabajo relacionar a este Gardel del Abasto con héroes y santos populares del interior del país, y especialmente con aquellos de otras “regiones míticas” de la ciudad de Buenos Aires.

El renacimiento de este barrio del Abasto globalizado se apoya, en fin, en las múltiples invocaciones y recreaciones del “San Gardel” de pelo engominado y rostro eternamente sonriente, en cuyos dedos de bronce es posible encontrar un cigarrillo encendido por otras manos devotas y anónimas.

Referencias

- Abeles, M. (1997). La mise en representation du politique. En Abeles, M. y Jeudi, H. *Anthropologie du politique*. Almand Collin, 247-271.
- Aranes, A. (1989). La preservación del patrimonio como práctica social. En VVAA, *Antropología y políticas culturales. Patrimonio e identidad*. Rita Ceballos.
- Bonfil Batalla, G. (1989). Identidad nacional y patrimonio cultural. En
- VVAA, *Antropología y políticas culturales. Patrimonio e identidad*. Rita Ceballos.
- Borges, J. L. (1974). *Obras completas*. Emecé.
- Bourdieu, P. (1984) *Sociología y cultura*. Grijalbo.
- _____ (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Carlini, S. (2000). *Immagini e pellegrinaggio nella cultura argentina: il mito di Carlos Gardel* (mimeo).
- Carman, M. (1999). *Los procesos de construcción de identidades sociales: el caso de los ocupantes ilegales de casas tomadas en el barrio del Abasto*. Informe final de la beca de investigación categoría iniciación UBACyT.
- Carman, R. L. (1999). Seattle y Gardel. *Revista El Arca*, 37.
- Collier, S. (1986). *Carlos Gardel*. Editorial Sudamericana.
- Defino, A. (1968). *Carlos Gardel, la verdad de una vida*. Cía. Gral. Fabril Editora.
- Fortuna, C. (1997). Evora: un caso de destradicionalización de la imagen de la ciudad. En Fortuna, C., *Cidade, cultura e Globalização. Ensaíos de sociologia*. Celta Editora.
- _____ (1997). Las ciudades y las identidades: patrimonios, memorias y narrativas sociales. *Revista Alteridades*, 16.
- Gálvez, M. (1939). *Vida de Hipólito Yrigoyen. El hombre del misterio*. Talleres Kraft.
- García Canclini, N. (1992). *Culturas híbridas*. Sudamericana.
- García Cual, C. (1992). *Introducción a la mitología griega*. Alianza.
- Gorostiza, C. (1981). *Cuerpos presentes*. Editorial de Belgrano.
- Luna, F. (1988). *Yrigoyen*. Editorial Sudamericana.
- Mauss, M. (1985). Elementos de la magia. En *Sociología y antropología*. Tecnos.
- Morena, M. A. (1976). *Historia artística de Carlos Gardel*. Freeland.
- O'Connor, J. y Wynne, D. (1997). Das Margens para o centro. Produção e consumo de cultura en Manchester. En Fortuna, C., *Cidade, Cultura e globalização. Ensaíos de Sociologia*. Celta Editora.

²⁵ También podríamos interpretar este fenómeno, retomando las palabras de Fortuna, como una destrucción creadora de las identidades, entendiendo por ello que, si bien se deshacen determinadas memorias asociadas a ciertas identidades sociales y urbanas, se procura configurar otras nuevas desde las cenizas de las anteriores. “Por destrucción creadora de las identidades entiendo la acción de continua reelaboración de los criterios de autovalidación pública de los sujetos, variable de acuerdo a la multiplicidad de situaciones sociales de lo cotidiano y a las transformaciones económicas, políticas, científicas y culturales que caracterizan a las sociedades contemporáneas y que proporcionan un continuo reajuste de matrices identitarias de los sujetos [...] A este descentramiento del mundo corresponde un nuevo recentramiento de los sujetos, dirigido por la valoración de nuevos signos culturales -entre los cuales se cuentan el consumo, el ocio, el cuerpo, la estética” (Fortuna, 1998: 62-63).

- Rodríguez, C. (1993). La ocupación de viviendas en Capital Federal. *Delito y Sociedad*, 3.
- Scobie, J. (1986). *Buenos Aires del centro a los barrios*. Ediciones Solar.
- Torres Ribeiro, A. y Sánchez García, F. (1996). City marketing: a nova face da gestão da cidade no final de século. En Reis y otros, *Política e cultura. Visões do Passado e perspectivas contemporâneas*. Editorial Hucitec.
- Zukin, S. (1987). Gentrification: culture and capital in the urban code. *Annual Review of Sociology*, 13.