

## La Salada: imaginarios y representaciones de la informalidad y las desigualdades territoriales en la prensa escrita

**Ester Schiavo**

Universidad Nacional de Quilmes/ Centro de Estudios sobre  
Ciencia, Desarrollo y Educación Superior (Argentina)

**Paula Vera**

Universidad Nacional de Quilmes/ Centro de Estudios sobre  
Ciencia, Desarrollo y Educación Superior/ Consejo Nacional  
de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)

**Camilla Dos Santos Nogueira**

Universidade Federal do Espírito Santo (Brasil)

### Resumen

El objetivo general del presente trabajo es identificar y analizar los imaginarios y representaciones sociales de la informalidad y las desigualdades territoriales con un doble propósito: por una parte, para comprender el lugar que ocupan estos aspectos en la imagen de ciudad que configuran los medios de prensa gráficos a partir del tratamiento que hacen de la temática y por otra, para aportar elementos que contribuyan a reflexionar sobre las nuevas fronteras y espacios emergentes. Para ello se ha seleccionado el caso de la Feria La Salada ubicada en el conurbano bonaerense, donde la informalidad hace referencia a múltiples aspectos. En este sentido, se han relevado las representaciones en la prensa gráfica que permiten dar cuenta del imaginario dominante vinculado a la informalidad, las desigualdades territoriales y las valoraciones sobre los productos de la feria.

**Palabras clave:** informalidad urbana; desigualdades territoriales; La Salada; imaginarios sociales; prensa.

**Artículo recibido:** 29/03/16; **evaluado:** entre 20/04/16 y 20/05/16; **aceptado:** 16/06/16.

## Introducción

En América Latina la informalidad es un rasgo creciente (1) y constituye, a su vez, un problema muy amplio y complejo. La incapacidad del sector formal para absorber mano de obra desempleada, tanto como la reducción de costos, tiempo y esfuerzos que implica el no registro formal y la búsqueda de sistemas de producción más flexibles en el contexto de la globalización revelan distintas maneras de comprender la problemática de la informalidad. Asociadas inicialmente a la marginalidad y a la economía de subsistencia en los países de menor desarrollo las actividades informales persisten y se manifiestan en nuevas formas que, como es sabido, son funcionales al sector formal y exceden a las actividades económicas. No obstante, cualquiera sea el tipo de actividad informal, esta se caracteriza porque sucede al margen de las leyes, normas y políticas que regulan a la sociedad. Este criterio de legalidad es útil a los fines de diferenciar conceptualmente lo formal de lo informal, sin embargo su constatación empírica no siempre resulta sencilla (Barrientos y Garay, 2004).

Paralelamente, la informalidad está actualmente asociada a los movimientos transfronterizos de bienes y personas favorecidos por la apertura comercial y financiera característica de la globalización, lo cual remite al concepto de frontera y a su vez, al de red al igual que al de límite, asociado con el de intercambio. En suma, podría decirse que la informalidad en el actual contexto de la globalización trae consigo nuevas formas de frontera, en lo referido a las fronteras político administrativas que limitan las jurisdicciones territoriales de los estados nación, las que emergen como fronteras difusas, es decir crecientemente permeables a los movimientos de bienes y personas.

En las metrópolis latinoamericanas se verifican otros fenómenos que hacen a las formas actuales de desarrollo urbano, producción y consumo de la ciudad que conducen a nuevos procesos de desigualdad territorial. Por una parte, se observa la proliferación de áreas centrales, en las que se cotejan fuertes inversiones privadas en el mercado inmobiliario y a las que se suman los *malls* y *shopping centers*, contribuyendo con la ruptura del modelo impuesto por las leyes de Indias, en el cual la ciudad se organizaba a partir de un centro único. Por otra parte, se ocupan las periferias urbanas con lógicas contrapuestas. Así, en un extremo se encuentran los lugares que reciben fuertes inversiones privadas destinadas a emprendimientos productivos o residenciales, que reproducen las formas de producción de las áreas centrales, en el sentido de construcción de espacios urbanos privilegiados por el mercado. Y en el otro

extremo, además de las áreas marginales, emergen nuevos lugares que reciben inversiones privadas de distinta magnitud para emprendimientos también relacionados con actividades productivas o residenciales pero con formas emergentes de ocupación o deconstrucción del espacio periurbano. En otras palabras, podría hablarse de la construcción de nuevas áreas de frontera entre lo formal y lo informal. Así, el conjunto de estos procesos remite a la noción de fragmentación del espacio urbano, no al de su articulación o integración, es decir, a profundizar las desigualdades territoriales.

Finalmente, no se puede dejar de mencionar la informacionalización o integración creciente de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en el conjunto de las actividades urbanas, lo cual trae como consecuencia el surgimiento de un nuevo espacio tiempo, el espacio de los flujos de acuerdo con Manuel Castells (1997, 2001), que usa esta denominación para diferenciarlo del espacio geográfico, o de los lugares, según sus palabras.

Desde esta perspectiva, el mencionado autor plantea que las TIC traen consigo una nueva dualidad urbana, la que conecta en el espacio de los flujos mediante redes de última generación a los fragmentos urbanos privilegiados por el mercado en distintas ciudades del planeta, al tiempo que aísla en el espacio geográfico a aquellos otros fragmentos que no pueden trascender las relaciones próximas por carecer del acceso material a estas tecnologías o por acceder a estadios tecnológicos de generaciones anteriores.

Ahora bien, en el contexto del problema planteado, es decir, el de las actividades informales asociadas a los procesos de urbanización que promueven desigualdades territoriales en las metrópolis latinoamericanas, el objetivo general del presente trabajo es identificar y analizar los imaginarios y representaciones sociales de la informalidad y las desigualdades territoriales, con un doble propósito: por una parte, para comprender el lugar que ocupan estos aspectos en la imagen de ciudad que configuran los medios de prensa gráficos a partir del tratamiento que hacen de la temática y por otra, para aportar elementos que contribuyan a reflexionar sobre las nuevas fronteras y espacios emergentes.

### **Presentación del caso de estudio y metodología de trabajo**

Las ferias comerciales urbanas constituyen un tipo de espacio particular. Como lugares de encuentro, interacción e intercambio, resultan espacios difusos y conflictivos (Busso, 2010).

En este contexto, se seleccionó el caso de la feria "La Salada", ubicada en la periferia de la metrópolis de Buenos Aires y considerada el mercado de venta ilegal más grande de América

Latina, tanto por el volumen del negocio como por su precariedad respecto a la normativa fiscal y legal vigente (Comisión Europea, 2006; United States Trade Representante, 2013).

Sus inicios remiten a principios de la década del 90, a la comunidad boliviana, a lo clandestino y a la lógica de subsistencia. Con el tiempo se fueron incorporando actores de otros orígenes y con otras dinámicas y así, la feria fue creciendo. En efecto, el avance de anteriores investigaciones permitió constatar que hoy La Salada es un sistema productivo y comercial que ha ido formalizando buena parte de sus actividades, no obstante la impronta de lo informal continúa caracterizándola. Por otra parte, ya no se acota a su predio ferial sino que, por el contrario, se expande en Buenos Aires en uno de los fragmentos privilegiados por el mercado inmobiliario, el barrio de Puerto Madero, tanto como en otros lugares mediante ferias más pequeñas conocidas como "saladitas"; así como en el espacio virtual mediante múltiples y variadas iniciativas. Y, en cuanto a los actores concernidos, a los de origen boliviano se han ido sumado peruanos y argentinos. Así, si bien en un extremo persisten los que operan para garantizar su subsistencia, en el otro surgieron y se fortalecen los actores que se mueven con una lógica corporativa mercantil, quienes intentan ser la cara más formal del conjunto y acceder a otros públicos objetivo. Finalmente, otro dato no menos importante que aportó el avance de la investigación es la posibilidad de reconocer que La Salada no solo se ha consolidado como un sistema productivo y comercia, sino también como una comunidad que se ha ido fortaleciendo con el tiempo mediante la incorporación de otras actividades económicas, sociales y culturales. Trabajos realizados anteriormente (Schiavo y Rodríguez, 2007; Schiavo, Rodríguez y Vera, 2011 y 2013; Schiavo, Rodríguez, Vera y Dos Santos Nogueira, 2011) permitieron constatar que en La Salada la informalidad hace referencia a múltiples aspectos. Es decir, no se acota a las condiciones laborales precarias de los trabajadores, tanto de los talleres y fábricas que la proveen como de vendedores ambulantes y cuentapropistas relacionados con estas, sino que también abarca, entre otras cuestiones, la ubicación y organización de su predio ferial de veinte hectáreas, las condiciones de acceso y los horarios de funcionamiento.

En suma, como consta en las publicaciones del equipo de investigación, desde el año 2007 se han estudiado distintos aspectos de lo que podríamos denominar el fenómeno La Salada. En esta oportunidad interesa focalizar en la cuestión de los imaginarios y representaciones sociales. Para hacerlo en función del objetivo planteado, el presente trabajo estará orientado por el siguiente juego de hipótesis:

- La Salada forma parte de la representación social de Buenos Aires como sinónimo de copia o falsificación, lo cual no necesariamente se asocia con lo incorrecto.
- La Salada es un sistema productivo y comercial informal, institucionalizado y funcional al sector formal de la economía, que trasciende las fronteras nacionales.

- La comunidad de La Salada no se aísla en el espacio de los lugares, como debería hacerlo de acuerdo a la caracterización de la nueva dualidad urbana formulada por Castells, por el contrario, no solo trasciende su propio fragmento urbano sino también las fronteras nacionales y a su vez, integra redes transfronterizas que conectan entre sí fragmentos urbanos privilegiados y no privilegiados por el mercado de distintas ciudades de la región.

Dichas hipótesis guiarán la identificación y análisis de información sobre La Salada publicada en medios masivos de comunicación durante los años 2010-2012, años en los que se realizaron observaciones participantes y análisis hemerográficos sobre el caso de estudio. Se considerarán desde una perspectiva preferentemente cualitativa distintos medios gráficos nacionales. En esta primera aproximación se espera arribar a la descripción de los imaginarios y representaciones sociales dominantes sobre la informalidad y las desigualdades territoriales, en el caso de Buenos Aires, en el contexto de los procesos de urbanización de las metrópolis latinoamericanas.

### **Informalidad y desigualdades territoriales**

La informalidad no sólo constituye una manera de producir y distribuir bienes y servicios con mayor flexibilidad y menores costos, lo que a su vez devalúa aún más este tipo de actividades, sino que también capta de manera preferencial como fuerza de trabajo a los actores sociales menos favorecidos de las ciudades como son los inmigrantes, las mujeres y las personas excluidas del mercado laboral formal (Sassen, 2007).

La informalidad se fue transformando y adquiriendo nuevas dinámicas con el tiempo. Tal es así que en este devenir se pueden caracterizar al menos tres momentos. En el primero de ellos, la informalidad urbana surge asociada a la marginalidad y la pobreza. La cual, en el imaginario colectivo estaba relacionada con lo transitorio porque existía la idea de progreso. Un segundo momento se vislumbra en la década del noventa cuando se afianza la identificación entre informalidad y pobreza, pero produciéndose una ruptura con la posibilidad de progreso; consecuentemente, la informalidad deja de estar asociada a lo transitorio para vincularse a lo estático, es decir, tanto a la inmovilidad social como a las desigualdades territoriales y la fragmentación urbana.

Desde una perspectiva urbanística se entiende que dichos procesos contribuyeron a consolidar el modelo de ciudad dual, la que confronta lugares y situaciones contrapuestas –formal informal; opulencia pobreza; áreas servidas sin servicios, barrios cerrados asentamientos precarios- como espacios mutuamente excluyentes.

Finalmente, es posible identificar un tercer momento en la última década cuando, si bien las dualidades urbanas persisten, comienzan a consolidarse otro tipo de espacios no necesariamente excluyentes. Por el contrario, surgen nuevas configuraciones donde si bien predomina lo informal, no lo hace exclusivamente asociado a lo marginal y a la pobreza sino que se trata de lugares donde confluyen distintos actores y sectores sociales con prácticas e intereses diversos. Un claro ejemplo de este tipo de espacios es el lugar donde se ubica La Salada. Allí, lo informal ya no está exclusivamente asociado a lo estático pues, aunque muy lentamente, se verifica cierta movilidad social tanto como paulatinas mejoras en las condiciones territoriales.

### **Feria La Salada**

La Salada se ubica en el Partido de Lomas de Zamora, en la periferia del área metropolitana de Buenos Aires, a orillas del Río Matanza. Ocupa veinte hectáreas y está compuesta por tres ferias internadas (bajo techo): Punta Mogote, Ocean y Urkupiña. Los orígenes de La Salada se remontan a principios de la década del noventa. Primero fue creada la feria que lleva el nombre de una virgen boliviana, Urkupiña, y luego en 1999, Punta Mogote, la feria de mayor tamaño y ventas en la actualidad.

El crecimiento del conjunto se inició mediante la venta de productos importados o de contrabando y se consolidó a partir de la falsificación de productos, en su mayoría del sector textil, de marcas de primera línea. Asimismo, la informalidad hace referencia a las condiciones laborales precarias de los trabajadores, tanto de los talleres y fábricas ilegales que proveen a las ferias como de vendedores ambulantes y cuentapropistas relacionados con estas. Todo lo cual explica que los precios de las mercancías sean muy inferiores a los del mercado.

Por otra parte, se destaca que con una concurrencia que ronda los 250.000 clientes diarios, este emprendimiento genera un movimiento económico supera los diez millones de dólares semanales, mediante quince mil puestos de venta (Abba, 2009). Las cifras que se presentan a continuación implican una aproximación al volumen del negocio dando cuenta de buena parte de lo realizado en el predio ferial, así como del importante crecimiento del negocio en los últimos años. Como es de imaginar, el monto de las restantes transacciones que se realizan por fuera del predio ferial es casi imposible de calcular dado precisamente el grado de informalidad del conjunto.

Concepto	Año 2006-2007	Año 2010-2011	Variación (%)
<b>Facturación semanal (U\$S)</b>	9 millones	12 millones	33%
<b>Visitantes por feria</b>	120.000	250.000	108%
<b>Cantidad de puestos</b>	10.000	Más de 15.000	50%

Cuadro1: La Salada y la contundencia de los números. Fuente: Elaborado en base a relevamiento propio

### Sistema productivo y comercial y actores implicados

A nivel macro, La Salada se puede considerar un sistema productivo y comercial informal que trasciende las actividades concentradas en el predio ferial, desarrollándose tanto en otros lugares de la metrópoli como en otras regiones y ciudades del país. Este sistema está compuesto por diversos eslabones, que se diferencian en función del tipo de actividad productiva o comercial y de las condiciones en las que se realizan.

El primer eslabón lo conforman las actividades productivas realizadas en los talleres textiles, no todos ellos ubicados en las cercanías de la feria. La producción se encuentra sectorizada funcionalmente y en su mayoría se concentra en realizar productos falsificados. Este componente del sistema se destaca por el alto nivel de precarización laboral (2) y por ser, en buena medida, el que otorga gran parte de sustentabilidad al sistema. El siguiente eslabón lo constituyen las actividades de comercialización de la producción generada en la feria, principalmente de carácter mayorista. A su vez, el comercio de la feria es abastecido por diversas actividades informales, como son las realizadas por los carreros (nombre que reciben las personas que transportan las mercaderías mediante carros), los cuida coches o los transportes, entre otros múltiples servicios. En el último eslabón del encadenamiento se ubican los comercios minoristas y las ferias que abastece La Salada, las ya mencionadas "saladitas".

Las relaciones entre los distintos actores y sectores sociales que se articulan en torno a las actividades productivas y comerciales de la feria permitieron generar una particular forma de organización y a su vez, un modo de relación con el barrio y el resto del área metropolitana. En tal sentido, las dinámicas políticas, sociales y económicas originadas en función de La Salada constituyen la base sobre la cual los actores implicados imaginan su representación de la ciudad y consecuentemente, construyen las estrategias que despliegan. Así, pueden distinguirse distintas lógicas emergentes, con las que dichos actores operan, produciendo y consumiendo ciudad (Pirez, 1994). Se destacan al menos tres.

Una de ellas es la lógica mercantil corporativa, representada por los dueños de los talleres y por los comerciantes, que son a su vez propietarios de los puestos de venta en la feria.

También incluye a los que ofrecen distintos servicios complementarios, como el transporte o el estacionamiento, entre otros. Por otra parte se identifican actores concernidos en una lógica predominantemente política, la que incluye a aquellos que poseen vínculos con el poder político y económico dominante quienes, mediante sus prácticas articulan el concierto de intereses implicados, de modo tal que La Salada se desarrolla en el marco de la aparente ausencia del accionar del Estado.

Finalmente, se destaca una lógica de subsistencia o “de la necesidad”. Es la que incluye el mayor número de actores y abarca a los trabajadores que se encuentran en condiciones de precariedad laboral, tanto en los talleres textiles como en los puestos de venta y en las restantes actividades de la feria. Se reconocen distintas situaciones de precarización laboral dado que existe una amplia gama que contiene desde el denominado trabajo esclavo hasta aquellos que procuran generar ingresos mínimos o de subsistencia.

### **La irrupción de La Salada en el espacio de los flujos**

La integración de las TIC en las distintas actividades que componen el sistema productivo y comercial de La Salada fue un proceso lento y desarticulado. En efecto, recién a finales de 2009 y principios de 2010 se inauguran los dos portales oficiales promovidos por el sector corporativo comercial, particularmente por quienes manejan la feria Punta Mogote, que instalan lo que se podría denominar la marca La Salada en el espacio de los flujos.

Uno de los portales es Mercado La Salada (3) y su propósito es el comercio electrónico. Su desarrollo implicó la creación de una nueva empresa que lleva el mismo nombre y se ocupa de la gestión centralizada del emprendimiento. Por otra parte, cabe destacar que la empresa Mercado La Salada S.A. instaló sus oficinas comerciales en Puerto Madero, uno de los barrios mejor cotizado en el mercado inmobiliario de la ciudad de Buenos Aires y de conformación relativamente reciente como producto de la señalada lógica de multiplicación de las áreas centrales.

El otro portal es Feria La Salada (4) y su particularidad radica en que funciona como soporte material y medio organizativo de las distintas actividades de la feria, particularmente de las productivas. Tal es así que posee, por ejemplo, secciones segmentadas de acuerdo a las distintas etapas de la producción textil, orientadas a dar respuesta a la búsqueda de insumos y de personal especializado, entre otros requerimientos. Asimismo, este sitio tiene la particularidad de contar con algunas secciones que permiten caracterizarlo más como una red social que como un espacio de compra y venta o de información. En tal sentido se destacan los



foros y secciones de la comunidad donde se promueve la interacción entre los numerosos actores involucrados. En suma, este portal aporta principalmente a la expansión del modelo de negocio de La Salada en el espacio de los flujos.

### **Imaginarios y representaciones a partir de la feria La Salada**

Los imaginarios sociales (Castoriadis, 2003) conforman la trama significativa sobre la que se funda la construcción de la realidad, que puede luego materializarse en diversas acciones, representaciones y discursos. Se trata de la capacidad de crear significaciones, de otorgarle determinados sentidos y valoraciones al mundo social. Los imaginarios instituidos, dominantes, son aquellos que tienen por función mantener y justificar el orden social existente. Esto se realiza a través de ciertas operaciones. Entre ellas se destacan tres: la legitimación con la cual se explica y se justifica la realidad social mediante discursos que además de dar sentido a esa realidad se presentan como un cuerpo de representaciones coherentes, cerradas y convincentes. Otra de las operaciones tendientes a mantener el orden social vigente es la integración orientando conductas empleando para ello las normas, valores y creencias sociales que determinan lo que está permitido, lo que es esperado y lo que está prohibido en la acción social que, en este marco, resultan también acciones simbólicas, por ser humanas y por estar dentro de entramados de significación. Por último, se encuentra el consenso que define los acuerdos sociales tendientes a custodiar y conservar el orden social (Castoriadis, 2003; Cabrera, 2011; Vera, 2013).

Entonces, el estudio de las significaciones imaginarias, de los sentidos vinculados a determinado fenómeno, en este caso a la informalidad y desigualdad urbana en el marco de la feria La Salada, no busca corroborar la veracidad o falsedad de los discursos y afirmaciones circulantes, sino poner en contexto e intentar comprender algunas de las creencias y deseos que soportan determinadas prácticas, aparatos, instituciones y subjetividades. La relevancia del abordaje de los imaginarios sociales radica, entre otras cosas, en que condicionan, por ejemplo, el desarrollo de políticas públicas de los gobiernos locales que hacen a los procesos de producción del espacio urbano y a sus consecuentes configuraciones territoriales y simbólicas.

En este trabajo se indagan ciertas representaciones que se construyen desde la prensa nacional sobre el fenómeno de la feria La Salada, lo cual a su vez contribuye a formar, mediante estos discursos, algunas imágenes, creencias e ideas sobre los productos que allí se

comercializan, los actores involucrados y las condiciones de informalidad, entre otros aspectos relevantes.

A tal fin se tomaron dos diarios de alcance nacional que representan posiciones ideológicas contrapuestas, La Nación y Página/12 (5). Se abordó el período 2010-2012 (6) y el análisis de los discursos (7) se focalizó en tres ideas en torno a las cuales se construyen distintas significaciones sobre La Salada, constituyendo así tres categorías de análisis: a) informalidad; b) desigualdades territoriales; c) valoración de productos y modelo productivo.

### **Informalidad**

La idea de lo informal o la informalidad está siempre presente cuando se habla de la feria y es un rasgo distintivo desde sus orígenes. A partir de esta noción se establece la primera gran dicotomía que califica y clasifica a La Salada: lo formal/ lo informal. Se habla de clasificación porque toda dicotomía encierra la idea de bueno o malo reduciendo, de esta manera, las complejidades de los fenómenos.

Como se adelantó, esta idea de lo informal está vinculada con las formas de asentamiento y usos del suelo, con el modelo de negocio, las formas de producción y comercialización de productos. El primer campo de significaciones en torno a la informalidad se puede construir a partir de las ideas de inseguridad, clandestinidad e ilegalidad que aparecen insistentemente en la prensa analizada. Partiendo del análisis taxonómico de los artículos se observa que el diario La Nación ubica la mayoría de las notas sobre La Salada en las secciones Economía e Inseguridad.

Las noticias aparecen ligadas a situaciones de violencia, asesinatos, tiroteos y robos estigmatizando, de esta manera, tanto a los feriantes como al complejo en su totalidad como la territorialidad del peligro. La peligrosidad se presenta en estrecho vínculo con lo informal, como sinónimo de ilegalidad que viene a colación de la clandestinidad, la piratería y el origen dudoso de los productos que se comercializan allí. “La falsificación de marcas es apenas una de las **lacras** que La Salada representa (...) El trabajo esclavo, la evasión, el canal privilegiado para la venta de productos de dudoso origen, son hechos tan graves como las falsificaciones y el fraude” (La Nación, 4/3/2011).

Haciendo foco en el tema de los talleres clandestinos y el trabajo esclavo es relevante a los fines de este trabajo rescatar que siempre se asocia esta problemática a La Salada. Sin embargo, muchas marcas de alta gama pertenecientes al circuito comercial y urbano formal también fabrican sus productos en este marco de ilegalidad. Tal es el caso de la nota “Trabajo infrahumano también en la Ciudad” (Página/12, 17/3/2011) en la que se exponen las

condiciones de esclavitud laboral que padecen inmigrantes bolivianos y peruanos, principalmente. Del titular de la nota se deduce que este tipo de prácticas está ligado fundamentalmente a la periferia metropolitana ubicada en la provincia de Buenos Aires, en aquellos espacios de informalidad y exclusión que se presentan como la contracara de la ciudad formal. Se destaca como noticia el hecho de que se hayan encontrado talleres clandestinos en la ciudad, ya que luego de que grandes marcas fuesen denunciadas por estas prácticas, gran parte de estos talleres ilegales porteños tuvieron que desplazarse hacia la provincia donde las condiciones son aún peores.

Aquí queda expuesta una de las vinculaciones entre la informalidad y las desigualdades territoriales. Cada territorio conlleva un grado de formalidad e informalidad que se puede observar en distintas escalas y que aquí se agrupan en el segundo campo de significaciones que definen, en principio a la ciudad dual. Sin embargo, la movilidad y el intercambio entre múltiples fragmentos que conforman el fenómeno urbano también cuestionan esta caracterización.

### Desigualdades territoriales

Existen distintas escalas para analizar las valoraciones de los espacios. En general, los discursos mediáticos que versan sobre La Salada califican el fenómeno urbano a través de la dicotomía formal informal, o sea, que conciben a la ciudad como una ciudad dual. De esta manera, se puede observar que las comparaciones a partir de las que se califica al fenómeno van desde a) una escala micro que refiere a los complejos comerciales; b) una escala local que se presenta mediante la contrastación entre barrios o zonas urbanas y c) la escala interurbana que coteja ciudades y se clasifican distintas regiones del país.

Escalas territoriales	Dualidades	
	Valorización positiva	Valorización negativa
Centros comerciales	<i>Shoppings</i>	La Salada
Barrial	Puerto Madero	Riachuelo
Urbana nacional	Ciudad de Buenos Aires	Interior del país

Cuadro 2: Valorizaciones sobre aspectos territoriales. Fuente: elaboración propia en función de noticias del diario La Nación

Se compara insistentemente a la feria referente de la informalidad con los tradicionales *shoppings* confrontando no sólo dos modelos de negocios sino también la legalidad e ilegalidad. Tal es el caso de la nota La Salada ya se parece a un shopping (La Nación

7/2/2010), donde se enumera una serie de prácticas que se vinculan más a los complejos de comercialización formales. Por ejemplo, se menciona la creación del portal web de comercio electrónico, la creación de la tarjeta de crédito “Mercado La Salada” y la creación de salas de cine en el predio que se ubica sobre el Riachuelo.

Además, cabe rescatar los territorios que la legalidad e ilegalidad tienen en el interior de La Salada.

Hay aspectos de la feria que están en vías de regularización completa. Por ejemplo, en los tres predios techados hay sectores que cumplen con ordenanzas municipales que especifican qué medidas pueden tener los puestos, y pagan una tasa de seguridad e higiene municipal (...) Pero a la vez, a dos metros de la administración de una de esas ferias, tenés otro conjunto de puestos que no paga nada (Girón, Página /12, 10/1/2012).

De esta manera se distinguen las tres ferias techadas como espacios formales y legales dentro de La Salada y los puestos al aire libre, muchos de los cuales ya fueron trasladados, funcionan en un marco de absoluta informalidad e ilegalidad.

En referencia a la escala local, *“avanza el modelo comercial de La Salada sobre la Capital Federal”* (La Nación 28/3/2010). Se presenta a La Salada como una epidemia, una especie de peste que avanza sobre la ciudad formal que se mantenía, al parecer, impune de la informalidad. Sin embargo, no es la única forma de interacción entre la ciudad y su periferia ubicada en la provincia del mismo nombre, en lo que refiere a la feria. Por un lado, el modelo de negocio de La Salada avanza sobre las prácticas formales de la ciudad y por otro, sus oficinas centrales se ubican en Puerto Madero, una de las zonas de alta gama de Buenos Aires. Además, *“En La Salada, el metro cuadrado es más caro que en Puerto Madero”* (La Nación 6/12/2009). La actividad comercial del complejo ferial ha generado una cotización del suelo urbano por metro cuadrado que es la mayor del país a pesar de ubicarse en una zona casi marginal del área metropolitana de Buenos Aires.

En cuanto a la escala interurbana la principal dicotomía que se presenta es ciudad de Buenos Aires/ Interior. *“La moda de las saladitas se expande en el interior”* (La Nación, 19/6/2011) tanto en ciudades de la provincia de Buenos Aires, como en otras provincias del país, *“el país le compra a La Salada”*, sostiene Castillo (8) en esta nota. En esta misma dirección, desde la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) se describen las escalas urbanas del fenómeno poniendo el énfasis en la capacidad expansiva hacia el interior: *“lo que se inició como un fenómeno de las grandes ciudades durante la crisis del 2001-2002, hoy se expande velozmente hacia el interior del país (...) Con las saladitas se replica un modelo de comercio basado en la ilegalidad, el trabajo esclavo, la evasión y el robo de marca”* (ibídem).

En julio de 2012 se anunció desde la feria la inauguración de locales en el interior, como “filiales en Córdoba y Mendoza, y se jactan de quitarle clientes a los shoppings tradicionales” (La Nación, 19/6/2012). Si bien las saladitas no son sucursales de La Salada, se proveen en ella y replican el mismo modelo de negocio y también en varios aspectos logra exponer la conflictividad social que se encarna materialmente en la distinción de los modelos de negocio formales vinculados a los *shoppings* y el informal de La Salada.

### Valoración de los productos y modelo productivo

En cuanto al tercer eje de análisis, los productos provenientes de este sistema productivo y comercial son valorados de distinto modo por diversos públicos objetivo del país y el extranjero, llegando en algunos casos a asimilar La Salada de manera positiva, particularmente en lo referido a los productos del sector textil. Esta valoración está ligada a la posibilidad de que en la feria encuentran muchos emprendedores o pequeños productores. Sin embargo, no es esta la representación que prevalece en los medios. Al partir de la informalidad como caracterización principal de la feria, las valoraciones son negativas y en casos peyorativas.

Por un lado, encontramos principalmente los calificativos: falso, pirata, e ilegal. Sin embargo, hay otro calificativo que se utiliza y es aún más estigmatizante: “mercaderías de origen dudoso” (La Nación, 4/3/2011; 10/1/2012; 19/7/2012) Esto despierta una sospecha que induce a asociar La Salada con productos robados, reafirmando de este modo que el espacio informal es un espacio de inseguridad.

Asimismo, resulta ilustrativo que La Salada sea nombrada no sólo como feria o complejo comercial, sino que en los últimos tiempos se habla de “modelo” *La Salada* para hacer referencia a un modelo de negocio que se mueve en una frontera difusa entre lo formal y lo informal y se destaca por eliminar a los intermediarios de la cadena de comercialización de productos. Recurriendo a la historia es relevante observar como esto se inscribe en una mutación de las valoraciones en las distintas etapas de la feria.

Cuando surge La Salada en la década del 90, la mayoría de los productos que comercializaba eran importados. Era la época caracterizada por la importación y el auge de los comercios de productos chinos importados “Todo \$2”, facilitada por la convertibilidad económica en la que un peso argentino equivalía a un dólar estadounidense. Luego, se marca el quiebre con la crisis del 2001-2002 cuando disminuyen los productos importados y la feria se convierte en un espacio de supervivencia caracterizada por la venta de productos falsificados. Una tercera etapa se asocia a los años de recuperación económica de mediados del 2000, que repercute multiplicando la producción local en la feria mediante pequeños emprendimientos familiares y

de inmigrantes –Castillo sostiene que el 60 % de la mercadería es producción local (La Nación 3/3/2011). En la actualidad se puede observar que La Salada se erige como marca nacional tanto desde algunos discursos en los medios como desde el gobierno y da cuenta de un período en el cual se trata de resignificar la valoración social sobre la feria, en este contexto el modelo de negocio se incorpora de manera positiva y es impulsado por sectores formales de la economía y la política.

Para finalizar, interesa rescatar el estatuto que adquiere la copia en La Salada. Aquí se puede observar que existe un proceso de copiado inacabable. La copia de la copia: copia de las marcas, de las prendas, del modelo de negocio. ¿Cuál es la potencia de la copia? Desde lo simbólico, la copia determina a La Salada, forma parte de su identidad. Así encontramos, por ejemplo, El Louvre en La Salada (Página/12, 15/4/2012), una nota sobre una exhibición de arte que se centra en el concepto de la copia, o el “contacto falseado” con obras de arte que en tiempos de tecnologías digitales circulan y son descargadas de Internet. Se contraponen las lógicas de lo original –el Louvre– y la copia –La Salada–. En todo caso, una expresión aún más explícita de este fenómeno se halla en la presentación del documental Hacerme feriante de Julián D’Angiolillo (9), que estrenó la obra el en febrero de 2011 durante la madrugada en la feria mientras vendía copias del film a un precio simbólico.

Luego de haber realizado el análisis de los discursos, las taxonomías o secciones de los diarios donde se ubica la información y los subjetivemas o calificativos con que es acompañado cada tema relevado, se puede afirmar que la ciudad dual forma parte del imaginario que se construye desde los medios. Esto se puede constatar tanto en la construcción de la representación sobre la informalidad, contraponiéndola siempre a lo legal y formal como en las desigualdades territoriales que quedan de manifiesto cuando se contrasta ciudad de Buenos Aires/ periferia en la provincia e interior del país, Puerto Madero/ Riachuelo, Shoppings/ La Salada. Fenómenos y características que van diferenciando a la ciudad formal de la informal donde las creencias sobre el peligro que representan estos territorios informales es constante en el diario La Nación, mientras que es más relativizado en Página/12.

### **Para finalizar, nuevas preguntas**

La información analizada permitió avanzar en la confirmación del planteo hipotético inicial y a su vez, condujo a la formulación de nuevos ejes de análisis e interrogantes.

A la luz del camino recorrido, interesa volver al objetivo general de este trabajo en pos del cual se identificaron y analizaron los imaginarios y representaciones sociales del fenómeno La

Salada, reconociendo y demostrando que en la actualidad se trata de un sistema productivo y comercial informal, institucionalizado y funcional al sector formal de la economía, que trasciende las fronteras nacionales, como lo demuestran la inclusión del modelo de negocio entre los empresarios nacionales que viajaron en representación del país en misión de negocios a Angola.

La Salada forma parte de la representación social de Buenos Aires como sinónimo de copia o falsificación, pero también es evidente, como de algún modo se expresó en este trabajo, que con el tiempo se fueron sucediendo acciones que tendieron a formalizar gradualmente sus actividades, lo cual va siendo reconocido en distintos ámbitos y sectores. Como prueba de ello se pueden mencionar tres hechos de fuerte contenido material y simbólico. Uno de ellos es el traslado de la feria de la Ribera, que funcionaba a cielo abierto de forma totalmente ilegal, en una iniciativa conjunta con el sector público en el marco del Plan de Saneamiento de la Cuenca Matanza-Riachuelo. Otro hecho es la inclusión de representantes de la feria como parte del sector empresarial del país que viajó a Angola a promover negocios con ese país junto con la Presidenta de la Nación. Y en tercer lugar, La Salada comenzó a formar parte de los circuitos turísticos de la ciudad, como uno de los puntos de interés de turismo alternativo.

Por otra parte, queda claro que La Salada compone la imagen de ciudad que poseen los propios ciudadanos. Pero la comunidad de La Salada no se aísla en el espacio de los lugares como debería hacerlo de acuerdo a la nueva dualidad urbana caracterizada por Castells, por el contrario, no solo trasciende su propio fragmento urbano sino también las fronteras nacionales y a su vez integra redes transfronterizas que conectan entre sí fragmentos urbanos privilegiados y no privilegiados por el mercado de distintas ciudades de la región. En otras palabras, La Salada se despliega tanto en el espacio de los flujos como en el de los lugares, portando consigo imaginarios y representaciones de la informalidad y reduciendo en cierto modo las desigualdades territoriales.

En suma, los medios gráficos considerados y en general los medios de comunicación, ponen el énfasis en la informalidad que caracteriza al sistema La Salada, destacando tan solo aspectos que califican como negativos, peligrosos, indeseables, desde una mirada parcial, desde el deber ser de la sociedad formal. Lo cual resulta al menos una mirada hipócrita, pues son los mismos medios los que difunden trascendidos que dan cuenta de que el sistema textil formal también se sirve de dicho sistema informal para producir.

Dentro de las nuevas líneas a trabajar se destaca la valoración de los productos de la feria. En efecto, los productos provenientes del sistema productivo y comercial La Salada son valorados de distinto modo por diversos públicos objetivo del país y el extranjero, llegando en algunos casos a asimilar La Salada a una marca de prestigio, particularmente en lo referido a los

productos del sector textil. Esta valoración positiva de lo que llamamos marca La Salada en el sector textil fue creciendo con el tiempo en los sectores populares, principalmente asociada a la vestimenta deportiva.

Ahora bien, al difundirse el modelo de negocio y alcanzar otros públicos objetivo cabe preguntarse cómo son valorados dichos productos por tales públicos, dado que ese nuevo universo posee mayor capacidad de pago, lo que conduce a pensar que no estaría totalmente impedido de acceder a las marcas originales. Sin embargo, el volumen de ventas sigue creciendo incluso en relación con los nuevos públicos objetivo, lo cual en principio estaría indicando que los imaginarios y representaciones sociales de la informalidad, al menos en el caso La Salada, tampoco son negativos al momento de consumir en públicos con mayor capacidad de pago individual. Estas inquietudes no son el resultado del análisis de los medios gráficos exclusivamente, sino que se relacionan con el trabajo de observación participante realizado.

Si bien esta aproximación contribuyó a sostener y confirmar las hipótesis planteadas, consideramos que el análisis de los medios gráficos, por más que los seleccionados se encuadren en perspectivas contrapuestas, no dan cuenta de la complejidad del fenómeno La Salada. Lo cual estaría indicando la necesidad de abordar otras fuentes de información, como pueden ser, por caso, los actores involucrados.

En fin, se entiende que desde esta perspectiva se focaliza la cuestión de la informalidad en relación con las leyes, normas y políticas que regulan actualmente a la sociedad, mirada desde la cual la única conclusión posible es afirmar que las cosas no son como deberían ser, lo cual en parte es verdad. Pero, tan sólo en parte, porque es el deber ser de la sociedad formal y el problema es que la informal también existe y que no es un porcentaje menor en América Latina. Todo lo contrario, pues en lo informal también sostiene el modelo de desarrollo de la región, donde están mezclados, de una forma dual y heterogénea, el formal y el informal. Analizar la sociedad informal apartada de la sociedad formal es negar la esencia y reducir el sentido de totalidad. Es, por lo tanto, esconder que en América Latina la informalidad cumple una función determinante en el proceso de acumulación del sector formalizado de la sociedad.

## **Notas**

(1) Tomando el empleo informal como un indicador de la economía informal, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2015) estima que el trabajo informal urbano ronda el 50 % del trabajo total de la región. Informe de Panorama Laboral disponible en ALC: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_325664.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_325664.pdf)



- (2) Incluyendo trabajo en condiciones de esclavitud, según diversas denuncias de La Alameda, ONG abocada a luchar contra la trata y esclavitud de personas. <https://laalameda.wordpress.com>
- (3) [www.mercadolasalada.com.ar](http://www.mercadolasalada.com.ar)
- (4) [www.feriasalada.com.ar](http://www.feriasalada.com.ar)
- (5) El diario La Nación fue fundado en 1870 por Bartolomé Mitre. Es uno de los diarios de alcance nacional más antiguo e históricamente ligado al pensamiento liberal conservador. Por otra parte, el diario Página/12 fue fundado en 1987 por el periodista Jorge Lanata y a pesar de los cambios de dirección siempre se mantuvo próximo al pensamiento progresista y de centro izquierda.
- (6) Este recorte temporal (2010-2012) responde una etapa del desarrollo del proceso de una investigación más amplia. Durante ese período se realizaron observaciones participantes y análisis hemerográficos sobre La Salada. En este trabajo se sintetizan los avances producidos en torno al objetivo de indagar los aspectos simbólicos e imaginarios que dan sustento a diversas representaciones dominantes y, por ende, recurrentes que encontrábamos sobre el caso.
- (7) Se analizaron las siguientes notas: a) El 9 de enero de 2012 se trasladó la feria La Ribera que contaba con 8.000 puestos de venta. Este traslado se realizó en el marco del plan de saneamiento de la cuenca Riachuelo-Matanza. (Diario Página/12 10-1-2012; diario La Nación 9-1-2012, 10-1-2012); b) La Federación Económica de Buenos Aires estima que se mueven 150 millones de pesos en efectivo por noche. (Diario Página/12 10-1-2012); c) 8.000 trabajadores permanentes entre changarines, comerciantes y empleados (Diario Página/12 10-1-2012); d) Congrega un millón y medio de personas por jornada (Diario Página/12 10-1-2012); e) Comprar un puesto puede salir 50.000 dólares, alquilarlos puede estar en 500 dólares la noche (Diario Página/12 10-1-2012); f) Los puesteros pueden ganar hasta 35.000 pesos por jornada (Diario Página/12 10-1-2012); g) En una jornada circulan por La Salada 3 millones de personas (Diario La Nación 30-10-2011); h) Las saladas del interior del país: se calculan 500 predios clandestinos con aproximadamente 60.000 puestos. La facturación se estima en \$40.500 millones según la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) (Diario La Nación 19-6-2011)
- (8) Jorge Castillo es el administrador de Punta Mogotes, una de las tres ferias del complejo La Salada.
- (9) <https://www.youtube.com/watch?v=9fejCeNcjsw>
- (10) [https://ustr.gov/sites/default/files/FINAL-PUBLISHED%202013\\_Notorious\\_Markets\\_List-02122014.pdf](https://ustr.gov/sites/default/files/FINAL-PUBLISHED%202013_Notorious_Markets_List-02122014.pdf)

## Bibliografía

- Abba, A. P. (2009), "La Salada. Una mega centralidad informal en la periferia metropolitana de Buenos Aires", *Café de las ciudades* n° 86 (8), disponible en: [http://www.cafedelasciudades.com.ar/economia\\_86\\_p.htm](http://www.cafedelasciudades.com.ar/economia_86_p.htm)
- Barrientos, L. y G. Garay (2004), "Magnitudes y Determinantes de la Informalidad en la Región Metropolitana", Seminario (Ingeniería Comercial), Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Santiago de Chile.
- Busso, M. (2010), "Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio", en *Trabajo y Sociedad* N°16 (XV), pp. 105-123.
- Cabrera, D. (2011), *Comunicación y cultura como ensoñación social*, Madrid, Fragua.
- Castells, M. (1997), *La era de la Información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza Editorial.

- Castells, M. (2001), *La Galaxia Internet*, Barcelona, Plaza & Janes Editores.
- Castoriadis, C. (2003), *La institución imaginaria de la sociedad*, Buenos Aires, Tusquets.
- Pirez, P. (1994), "Gobierno y gestión de la ciudad", *Buenos Aires metropolitana. Gobierno y gestión de la ciudad*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.
- Sassen, S. (2007), *Una sociología de la globalización*, Buenos Aires, Katz.
- Schiavo, E. y S. Rodríguez (2007), "El comercio en las sociedades de la información. Una mirada desde América Latina", *Vº Congreso CEISAL de Latinoamericanistas*, Universidad Libre de Bruselas, 11 a 14 de abril de 2007.
- Schiavo, E.; Rodríguez, S. y P. VERA (2011), "The Paradox between Informality and Social Inclusion in Metropolitan Cities: The case of La Salada in Buenos Aires", *Informality: Re-Viewing Latin American Cities*, The Centre for Research in the Arts, Social Sciences and Humanities, Department of Architecture, Cambridge, 17 - 19 febrero 2011
- Schiavo, E.; Rodríguez, S.; Vera, P. y C. Dos Santos Nogueira (2011), "Vínculos entre informalidad e inclusión social en metrópolis latinoamericanas. Caso Feria La Salada", *XXVIII Congreso Internacional de Asociación Latino- Americana de Sociología ALAS*, Recife, Brasil.
- Schiavo, E.; Rodríguez, S. Y P. Vera (2013), "Appropriation of ICTs by informal communities in metropolitan cities. The case of the "La Salada" market in the Latin American context", *The Journal of Community Informatics (JOCI)* N° 3 (9), disponible en: <http://www.ci-journal.net/index.php/ciej>
- Vera, P. (2013), "Imaginaris urbanos y tecnológicos en los procesos de construcción material y simbólica de la ciudad moderna y contemporánea. El caso de la ciudad de Rosario en el contexto de las metrópolis del interior de Argentina", tesis de Doctorado en Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Nacional de Quilmes, Inédita.