



# La construcción de la identidad juvenil en el barrio 128 viviendas, llamado “Ciudad de Dios” (San Miguel de Tucumán)

Mauro Goretta  
maugoretta@gmail.com

Biblioteca Popular Osvaldo Bayer  
Argentina

Para dar comienzo a este trabajo es conveniente hacer la aclaración de que el tema que se eligió para su desarrollo, en una primera instancia resultaba demasiado extenso e inapropiado. Teniendo en cuenta que este es un escrito inicial, enmarcaremos el tema de interés, para luego ubicarnos sobre lo que específicamente esbozaremos aquí.

Nos aproximaremos a los métodos de construcción que circulan e influyen en y desde los medios de comunicación para la construcción de la identidad juvenil. Particularmente, como objeto y ejemplo de análisis, tomaremos la juventud del barrio 128 viviendas. Propondremos hablar de la identidad juvenil que se conforma en el imaginario colectivo de los tucumanos sobre los jóvenes de este barrio, teniendo en cuenta no solo lo que se dice por fuera de la juventud, sino retomando la palabra de ellos, ya que, como hay juventudes, también hay identidades de esas juventudes. Estas se moldean con influencias externas, y con construcciones propias, sincretismos, apropiaciones que muchas veces son transformadas y revalorizadas. Cuando nos referimos a todos estos factores, es que nos interesa no solo el

proceso de construcción identitario de los jóvenes, referido a cuestiones históricas, culturales; sino también a la imagen que los medios construyen de los jóvenes, el imaginario que este flujo construye en la sociedad, y como todos estos factores también son apropiados por las juventudes, tomados, repensados y reconstruidos, para ser nuevamente parte del conjunto de factores que construye su individualidad y sentido colectivo como comunidad juvenil.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, podríamos decir que el material bibliográfico que se utilizará será el brindado a lo largo de la materia, pero especialmente aquel donde se aborda la construcción de la imagen de las juventudes desde los medios masivos de comunicación, sus identidades y su construcción histórica.

Para comenzar, realizaremos un recorrido histórico de la imagen de los jóvenes, Mariana Chávez nos explica que, históricamente, las juventudes estuvieron cargadas de una visión negativa, como problemático, rebelde, desganado, apático (Chávez, 2009: 8). Esto mismo afirma Bourdieu, quien lo retoma desde un análisis de las relaciones de poder, en una antítesis que contrapone al concepto de juventudes contra el de la adultez, o la madurez, periodo en el cual ya el individuo (o sector social) se encuentra apto para llevar a cabo las tareas responsables dentro de la sociedad, de ser un ser colectivo pleno. En el extremo opuesto, como lo inmaduro, lo irresponsable, lo caótico, se encuentran las juventudes (Bourdieu, 1984: 119). Rossana Reguillo también lo reafirma cuando expone que “rebeldes, estudiantes revoltosos, subversivos, delincuentes y violentos han sido algunos de los nombres con que la sociedad ha bautizado a los jóvenes a partir de la última mitad del siglo” (Reguillo, 2000: 5).

Estos conceptos con los cuales se cataloga a la juventud comienzan a surgir resultado de un proceso histórico de “lucha de campos de fuerza” por la hegemonía de sentido, como explica Feixa en su libro (Feixa, 1999: 61), a partir de un momento específico, que es el de posguerra. Con una modernidad que cambia el paradigma, donde los vínculos parentales se comienzan a disolver, se da la aparición del Estado de Bienestar, el surgimiento de los medios de comunicación de forma y alcance masivo y de un mercado exclusivo para este nuevo sector social, el de las juventudes, que empiezan a ocupar un lugar entre la niñez y la adultez (Feixa, 1999: 43). Todo este proceso de cambios, de “lo nuevo” frente a “lo viejo”, ayudó a encasillar a las juventudes como promotoras de lo distinto, lo emergente, lo desordenado, lo intempestivo, que, contraponiéndolo con lo normativo ya establecido, nos da lugar a un concepto de la juventud más conservador, que considera a la juventud como amenaza o disrupción al orden social, siendo . Aquí es donde reside el principal punto de análisis de este trabajo, la visión del barrio 128 viviendas, y particularmente de los jóvenes de este barrio, conocido como “Ciudad de Dios” (en relación a la película brasileña donde se presenta la vida violenta de las favelas de Brasil), es la imagen juventudes como “germen” de la delincuencia, la inseguridad y la

disgregación social. A su vez, esta imagen es apropiada por los jóvenes residentes en este espacio, adoptando como “forma de ser” la identidad de “pibe chorro”, “wachiturro”.

Estos conceptos sobre la juventud fueron, como en una disputa constante, legitimándose y cuestionándose desde distintos espacios: comunicativos, culturales, sociales. La imagen de los jóvenes se fue construyendo como un imaginario social y también hacia el interior de quienes se consideraban jóvenes, tomando de varios modelos posibles, como los describe Florencia Saintout (2013:52): un joven exitoso, un descontrolado o uno peligroso, donde influye la condición social (Feixa, 1999: 61), la pertenencia, el contexto. Los jóvenes que tienen menores posibilidades de acceso a espacios legitimantes para la sociedad, y cuyo contexto sea vulnerable, estigmatizado, quizás tengan tendencias a identificarse ellos mismos con los modelos que construyen los medios masivos de comunicación de las juventudes marginales criminales, peligrosas y fuera de control, ya que esa generación de identidad es una de las funciones de los medios masivos. El barrio 128 viviendas comenzó a llamarse “Ciudad de Dios” por un artículo del diario La Gaceta que lo nominó de esa forma para aludir a las condiciones de ilegalidad e inseguridad reinantes en la zona. La referencia construyó un imaginario que fue apropiado por la sociedad tucumana, incluso por los vecinos de tal barrio. De esta manera, los medios actuaron como simplificadores de unas situaciones que tienen un entramado y construcción social muy complejos, estigmatizando, generalizando y deshumanizando a esta comunidad.

Las juventudes estigmatizadas utilizan herramientas para contrarrestar el avasallamiento de la imagen demonizadora. Una de estas es apropiándose de las características que se les atribuyen como negativas, haciendo de ellas un estilo que conforma una resistencia. La cumbia villera, la gorra con visera, la capucha, el empoderamiento del “joven villero” y de la “wachiturra” son formas de legitimar una identidad, porque, como explica Saintout, estos jóvenes realizan una mirada crítica de esa visión mediática. Para ellos, esta imagen responde a intereses determinados, que cortan sus libertades, interrumpen sus derechos, y los marginan (Saintout, 2013: 60). En este sentido, las juventudes que habitan en este espacio se encuentran en una dinámica permanente con los distintos factores que influyen en el posicionamiento y construcción de la subjetividad propia. Como formadora de opinión, La Gaceta juega un rol muy importante en la sociedad tucumana, por lo cual, esta imagen negativa se impuso en el imaginario provincial. Los vecinos del barrio llaman ellos mismos “Ciudad de Dios” a su barrio, creando una postura confrontativa, combativa, a su vez defensiva, mostrándose como contrarios a un sistema que los demoniza, buscando el respeto más por el miedo que genera esa estampa de peligrosidad fogueada por un medio hegemónico que por la reivindicación de su espacio social. No se protesta contra esta imagen demonizada, se la utiliza como forma de reivindicar la identidad del barrio marginal, y se justifica esta marginalidad reproduciendo

prácticas propias de un lugar que fue abandonado por el Estado, o que es resultado de las desigualdades sociales.

De esta forma, frente a esta mirada, a este intento de homogeneización de un sector social “peligroso”, las juventudes construyen su cultura, generando espacios con su propia lógica, donde los procesos son guiados por ellos mismos. Espacios con un lenguaje interno, resultado de una mixtura que devela el sincretismo donde participa lo propio, lo interiorizado, el contexto, su forma de vida, los aportes de la mirada hegemónica de los medios masivos (aclarando que tomamos los de los grandes medios de comunicación, que propagan este tipo de imaginario), en una sinergia que desarrolla una dinámica dialéctica donde se van construyendo y deconstruyendo constantemente lo que significa ser joven. Así, la construcción de “pibe chorro” se vuelve un concepto positivo, denominando a alguien leal, compañero, que mantiene su integridad y coherencia con respecto a sus pares del barrio, a “su banda”, que se contrapone a los que expulsan, estigmatizan y demonizan a estos sectores: los medios masivos de comunicación, los malos políticos, la ley o autoridad en general (deslegitimada, resultado de un proceso histórico de vaciamiento del Estado y de una mirada neoliberal de construcción de la sociedad).



Umberto Eco, en su trabajo “Para una guerrilla semiológica” (1987) plantea que la batalla cultural se tiene que dar situando a los consumidores de esos productos hegemónicos mediáticos en el lugar de productores de contenidos. De esta manera se pelearía en una batalla contra el poder dominante, con una “guerrilla mediática”, pero que pese a luchar en desventaja, genera una mirada diferente, construye imaginario, cultura. Las juventudes, en distintos espacios del barrio, generados desde programas de políticas públicas, desde instituciones escolares, en organizaciones sociales, en actividades de encuentro espontáneas, en las esquinas, en las plazas, en las calles, generan contracultura y pensamiento que se materializa cuando las herramientas se presentan. Esta línea se propone como el tema del TF, la de las manifestaciones contra hegemónicas en el nivel discursivo mediático, como construcción de los jóvenes desde la misma voz de los jóvenes, con una imagen no demonizada de estos, mostrando y reivindicando su identidad. Las juventudes se nuclean en estos casos, y en este en particular en subculturas juveniles, ya sea autónomas, donde ellos mismos establecen grupos por afinidad o intereses comunes, vinculados en torno a algún agente foráneo, ya sea institución estatal (grupos de la escuelas, de algún programa específico de la Escuela, por ejemplo CAJ) o entidades no gubernamentales (Fundación Crecer Juntos es una Asociación civil sin fines de lucro que trabaja en base a la exclusión social y marginación que sufre esta comunidad, desde la óptica de educación y trabajo popular, la cual congrega cantidad de jóvenes en diversas actividades).

En estos espacios las juventudes se piensan constantemente, y constantemente piensan en mundo. En una lucha desigual contra las grandes instituciones formadoras de opinión, contra las políticas públicas y visión del Estado asistencialista, resistiendo a los agentes del Estado coactivos que reproducen lógicas opresoras y violentas y el marco de una sociedad que reproduce una valoración negativa sobre este sector social, estos proponen una alternativa necesaria de análisis y debate en la sociedad actual.

### Bibliografía

Chávez, Mariana. Investigaciones sobre juventudes en la Argentina: estado del arte en ciencias sociales 1983-2006, *en Papeles de trabajo. Revista electrónica del Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de General San Martín*. ISSN: 1851-2577. Año 2, n° 5, Buenos Aires, junio de 2009.

Bourdieu, Pierre. *Homo academicus*, Siglo XXI, 1984.

Reguillo Cruz, r. Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto. Buenos Aires: Norma, 2000 Grupo Editorial Norma

Feixa, Carles. De jóvenes, bandas y tribus. Editorial Norma, Barcelona, 1999.

SAINTOUT, Florencia, 2013. Los jóvenes en la Argentina. Desde una epistemología de la esperanza. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 122 páginas. ISBN: 978-987-558-258-3

Eco, Umberto. *La estrategia de la ilusión*. Lumen/De la Flor, 1987.