LA ESTIGMATIZACIÓN DE LOS JÓVENES DE LOS BARRIOS POPULARES EN LA ARGENTINA ACTUAL

RESIGNIFICACIONES DESDE LAS ARTES VISUALES

Félix Torrez Universidad Nacional de las Artes felixt77@gmail.com

Resumen

Este artículo plantea un análisis de la relación entre la mirada que los diarios de mayor circulación pretenden imponer sobre los jóvenes de zonas marginales y la percepción que de ellos hace el arte contemporáneo argentino. Muchos de los mensajes emitidos cotidianamente en periódicos, revistas, radio y televisión recaen en un concepto: la violencia. Este término aparece generalmente vinculado a la inseguridad, la delincuencia y la pobreza. Imágenes, frases y tipografías seleccionadas previamente, construyen y refuerzan la idea sobre los sectores de la sociedad que son considerados violentos, peligrosos, marginales, delincuentes y chabacanos. Ese objeto, y la mirada crítica que de él hace el artista, conforman la producción visual desarrollada en los últimos años que se presenta en este estudio.

Por un lado, se presentan los rasgos generales del contexto socio-económico en el que surgen los multimedios argentinos y las características que desarrollan. En segundo lugar, se expone una selección de imágenes, noticias, titulares, frases y tipografías elaboradas por la prensa gráfica masiva de Buenos Aires entre los años 2007 y 2013. En tercer lugar, se analizan algunas producciones realizadas por artistas argentinos reconocidos que trabajaron sobre el tema.

Por último, se hace referencia a una selección de obras personales que surgieron del análisis del material.

Artes visuales, Prensa gráfica, Estigmatización, Pobreza

INTRODUCCIÓN

En los últimos años han aparecido diferentes espacios que se permiten analizar los discursos hegemónicos y los intereses particulares que defienden. Por su parte, el campo artístico ha venido preocupándose por esta temática desde hace décadas. Algunos sectores vienen participado activamente sensibilizados por la realidad que los rodea. El artista puede a través de su producción, propiciar de manera directa o indirecta, situaciones que ayuden a generar conciencia colectiva. Para ello, la intencionalidad de sus obras puede estar centrada en el análisis y la reflexión sobre problemáticas que en otros ámbitos son omitidas, en este caso, aquellas que se esconden detrás de la aparente neutralidad en la difusión de la información.

En la Argentina actual: ¿Puede el arte ayudar a develar la mirada uniforme que desde los discursos mediáticos hegemónicos se impone sobre los jóvenes provenientes de los sectores postergados y generar otras percepciones que aporten a la reflexión y a la acción? Para responder a esa pregunta este artículo plantea un análisis de la relación entre la mirada que los diarios de mayor circulación pretenden imponer sobre los jóvenes de zonas marginales y la percepción que de ellos hace el arte contemporáneo argentino. Muchos de los mensajes emitidos cotidianamente en periódicos, revistas, radio y televisión recaen en un concepto: la violencia. Este término aparece generalmente vinculado a la inseguridad, la delincuencia y la pobreza. Imágenes, frases y tipografías seleccionadas previamente, construyen y refuerzan la idea sobre

los sectores de la sociedad que son considerados violentos, peligrosos, marginales, delincuentes y chabacanos. Ese objeto, y la mirada crítica que de él hace el artista, conforman la producción visual desarrollada en los últimos años que se presenta en este estudio.

Por un lado, se presentan los rasgos generales del contexto socioeconómico en el que surgen los multimedios argentinos y las características que desarrollan. En segundo lugar, se expone una selección de imágenes, noticias, titulares, frases y tipografías elaboradas por la prensa gráfica masiva de Buenos Aires entre los años 2007 y 2013. En tercer lugar, se analizan algunas producciones realizadas por artistas argentinos reconocidos que trabajaron sobre el tema. Por último, se hace referencia a una selección de obras personales que surgieron del análisis del material. Producto de lecturas, observaciones sistemáticas y experimentación, estas obras son el resultado de la mirada crítica de mensajes que componen las narrativas que provienen de algunas publicaciones. Para su mejor apreciación y análisis, se han seleccionado obras de las series Amarillo, iniciada en 2008 y, conformada por impresiones digitales fotomontajes y collages con imágenes extraídas principalmente de medios gráficos; los dibujos y las caligrafías iniciada en 2007 que componen Palabras no tan sagradas y Traje a medida, afiches con impresiones de armas de fuego de fabricación casera sobre textos de la Constitución Nacional Argentina realizados entre 2009 y 2010.

CUERPOS, MUERTE, SANGRE: LA ESTIGMATIZACIÓN EN EL DISCURSO DE LAS MEGACORPORACIONES MEDIÁTICAS

Los años noventa se desarrollaron dentro de un proyecto neoliberal que marcó el futuro de la Argentina. Junto al saqueo de la región, la celebración del mercado como organizador y principal agente político cultural, el discurso que planteaba la ineficacia del Estado, la cultura del individualismo y la competencia, la pobreza material y simbólica de la

educación argentina, la flexibilización laboral, la entrada de los grupos financieros internacionales, las privatizaciones, se produjo el nacimiento de los grandes multimedios (Rodríguez Esperón, 2008). El *Grupo Clarín* es, en la actualidad, una de las mayores megacorporaciones mediáticas del país. Parte de su campo de acción es la actuación en la conformación de un imaginario con la capacidad de influir en la opinión pública.

El proceso económico y social que dejó el neoliberalismo de la década del noventa fue observado e interpretado por uno de los elementos más eficaces que componen la comunicación de masas: las megacorporaciones mediáticas. Desde su propia perspectiva ellas examinan, muestran y manipulan el resurgimiento de los mundos populares, sus propias reglas, códigos y lenguajes. Las megacorporaciones son empresas capitalistas que concentran casi de manera monopólica los multimedios. Por eso, no es extraño que en su afán por mantener sus propios intereses busquen transmitir mensajes que los protejan. La lógica comercial en la que se mueven define la construcción de las noticias. Ofrecen esquemas de interpretación de los conflictos que pueden ser muy efectivos más allá de la credibilidad de las fuentes. Carlos Rodríguez Esperón y Fabiana Arancibia (2008) analizan desde el periodismo la relación entre los intereses de los medios y la recepción de los mensajes que emiten.

En la actualidad existen multimedios que proponen otras miradas. Dentro de este grupo podemos mencionar el que pertenece al Estado Nacional, conformado por *Radio Nacional, Canal Siete* y la *Agencia de Noticias Télam*. Sin embargo, debido a su volumen de ventas y difusión, su influencia es mucho menor. De este modo, la concentración en pocas manos conlleva a la aparición de la uniformidad en los contenidos emitidos.

En las empresas que concentran medios se observa una variada confluencia de intereses que delimita su discurso. Éste refleja sólo un recorte de lo que ellos consideran *la realidad*. No hay ingenuidad en la elección de lo que se quiere mostrar o decir. De esta forma, desaparece la posibilidad de pensar en las razones o intereses que llevan a

la exclusión de ciertos hechos, la omisión o la supresión de otros. Esto ocurre con uno de los conceptos que subyace en muchos de los mensajes emitidos cotidianamente en periódicos, revistas, radio y televisión: la violencia. Puede observarse que el término aparece vinculado a la inseguridad, la delincuencia y la pobreza. Imágenes, frases y tipografías seleccionadas previamente, construyen y refuerzan la idea sobre los sectores de la sociedad que son considerados violentos, es decir, peligrosos, marginales, delincuentes y chabacanos.

El proyecto realizado comenzó con una selección de titulares, noticias e imágenes provenientes del periodismo gráfico. En ellos se observó que el interés de los editores está volcado por mostrar aquellos sucesos que provocan la atención rápida del lector. Sin duda, las presiones del mercado están marcando el camino. Mientras en los diarios considerados serios, como *Clarín* o *La Nación*, aumentan las páginas dedicadas a la sección policial, surgen otros periódicos que se disputan los escenarios sensacionalistas en un mercado cada vez más difícil. El *Grupo Clarín*, uno de los mayores grupos empresariales del país, puso en circulación el diario *Muy*. Esta estrategia de captar a un público popular parece haber prendido también en la editorial *Perfil*, que sacó a la calle el diario *Libre* para competir en el mismo rubro con los ya clásicos *Crónica* y *Popular*.



Imagen 01

Según hemos visto, una parte importante de las noticias diarias actuales hacen referencia, con una tipografía especial, frases e imágenes, a un concepto que se ha vuelto de uso obligado en periódicos, revistas, radio y televisión: la violencia. Este término aparece generalmente vinculado a la inseguridad, la delincuencia y la pobreza. La lectura no da lugar a dudas: el *otro* es siempre el violento, el causante directo de lo que llaman *inseguridad*, es el delincuente, el peligroso, el marginal, el extranjero. Palabras e imágenes operan subordinadas al mercado y a la necesidad de vender. En la vía pública se imponen, cada vez con más crudeza, con la única exigencia de no ser pasadas por alto por el lector. Cada tapa, cada titular, golpea la mirada:

chismes, cuerpos, muertes, sangre. La violencia parece ser una temática atrayente, y por lo tanto, vendible.

En los últimos años han surgido diferentes espacios que se preocupan por analizar los discursos mediáticos y los intereses particulares que defienden. El campo artístico también se ha ocupado del vínculo entre el arte, la realidad político-social y los medios de comunicación, en diversas ocasiones. Numerosos artistas han reemplazado sus intereses formales por otros arraigados al contexto en el cual viven. A modo de ejemplo, sólo tres maneras diferentes de abordar la cuestión. En el 1966, el Happening para un jabalí difunto, Jacoby, Costa y Escari cuestiona la manera en la cual los medios gráficos legitiman hechos y los difunden como verdades (Jacoby, 2011). En 1968, Tucumán Arde avanza en los vínculos entre arte y política al sacar a la luz la difícil situación que atravesaban los trabajadores azucareros de la provincia de Tucumán a causa de las políticas de Onganía (Longoni, Ana y Mariano Mestman, 2008). Más cerca en el tiempo, decidimos hablar de Jorge Macchi, que a fines de los noventa y comienzos del nuevo milenio, trabaja con noticias policiales inclinándose por el lado estético y dejando de lado todo cuestionamiento político o social (Macchi, 2005).

Si bien estos artistas han trabajado la temática en cuestión, es la obra de Juan Carlos Romero la que identifico como fundamental para el desarrollo de mi producción. *Violencia*, la exposición individual que presentó en el Centro Cultural de Arte y Comunicación (CAyC) en el año 1973, *El lunfardo lenguaje argentino*, que pertenece a 1972 y la propuesta *Todos somos negros* desarrollada en 2009, se relacionan directamente con la idea del artista que se ocupa tanto de lo estético como de la actividad artístico- política (Romero, Davis y Longoni, 2010).

Desde mi punto de vista, a través de la propia obra es posible propiciar directa o indirectamente, situaciones que ayuden a generar conciencia. Para ello, la intencionalidad debe estar centrada en el análisis y la reflexión sobre problemáticas que son omitidas, en este caso, aquellas que se esconden detrás de la aparente neutralidad del discurso mediático. De esta forma estamos en condiciones de afirmar que el

arte puede ayudar a develar la mirada uniforme que desde los discursos mediáticos hegemónicos se impone y generar otras percepciones que aporten a la reflexión. Las imágenes surgidas en mis obras *Amarillo*, *Palabras no tan sagradas* y *Traje a medida*, presentadas a lo largo de este trabajo procuran reflejar ésta afirmación.

El primer paso para la realización de *Amarillo*, serie llevada a cabo entre 2008 y 2011, fue la selección de notas, fotografías y titulares relacionadas directa o indirectamente con el concepto de violencia. Para ello se recurrió a los diarios *Clarín y La Nación*, que componen lo que se conoce como la "prensa blanca", y *Crónica, Popular, Muy, Libre*, que forman parte de la "prensa amarilla". Una vez seleccionado el material se realizaron collages, fotomontajes e impresiones digitales. Estas obras aún no han sido expuestas. Sin embargo, su montaje está preparado para ser llevado a cabo en un espacio de arte convencional, una sala con paredes blancas como las de una galería de arte, un cubo blanco.

Cada obra de la serie expresa las reflexiones que surgieron del análisis del material. Por un lado, el concepto de violencia se encuentra siempre ligado al de inseguridad, pobreza y delincuencia. Estos términos son graficados con imágenes y frases crudas e hirientes. En este tipo de noticias resulta evidente de qué manera los editores buscan definir con sus propios modelos lo que ocurre en la cotidianeidad barrial. Por otra parte, el trabajo realizado refleja de qué manera las notas policiales traspasan las barreras de la prensa amarilla y se ubican entre las páginas principales de los diarios de mayor tirada del país.

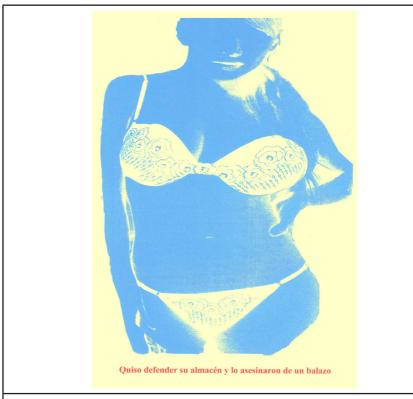


Imagen 02 Félix Torrez. *Prefiero dormir sola (*serie Amarillo), 2009, collage, 30 x 20 cm.

Conceptualmente, *Amarillo* presenta semejanzas con *Violencia*, la exposición individual que Juan Carlos Romero presentó en el Centro de Arte y Comunicación (CAYC) en el año 1973. Esa obra está contextualizada específicamente en los primeros años de la década del setenta. Un momento histórico de la Argentina marcado por la violencia y el involucramiento de un sector importante de la sociedad en la política. La producción expuesta por Romero estaba en sintonía con la preocupación dentro del terreno artístico por los mecanismos a través de los cuales se construye y se administra la información. En aquella oportunidad, ocupando tres pisos, Romero cubrió las paredes y el suelo

con un afiche que tenía impresa la palabra *Violencia* en gran tamaño. Al mismo tiempo expuso fragmentos de textos de diferentes autores y fotografías referidas a hechos violentos del país y el mundo tomadas de la revista *Así*, una publicación semanal de aquellos años con temática sensacionalista.

Amarillo reflexiona sobre el discurso hegemónico, y lo que él esconde. Mis obras privilegian el aspecto estético. Junto al mensaje, se ocupan del tratamiento y composición de la imagen. Se instala dentro de la tradición de las producciones artísticas que trabajan con la apropiación y posterior resignificación de narrativas, en este caso, las que provienen de los multimedios más poderosos del país. Amarillo reflexiona sobre la construcción de la información pero profundiza en el aspecto social, y no ideológico político, de la violencia emitida en los mensajes actuales. A la vez, busca evidenciar como se distorsionan los significados de los conceptos al plasmar solo una mirada uniforme sobre los sectores populares y lo que de allí se pretende mostrar.

BONDI

Imagen 03

Félix Torrez. *Bondi (serie Palabras no tan sagradas).* 2013, marcadores sobre papel, 20 x 30 cm.

La serie *Palabras no tan sagradas* bucea en torno al vocabulario utilizado por los jóvenes provenientes de los sectores marginales. Aquí busco vincular la expresión artística con la realidad social. La obra es pensada desde la mirada que proponen los medios de comunicación sobre un sector social: los jóvenes de los barrios pobres y su manera de pensar y de hablar. Estos términos, concebidos como toscos, brutales, violentos, son usados y reivindicados en situaciones cotidianas, en las charlas diarias, en las letras de canciones. La serie está conformada por dibujos, collages y caligrafías realizados con fibras, plumas e impresiones digitales, de 30 cm. x 20 cm. iniciada en el año 2007.

Por último, Traje a medida indaga en la dualidad legal/ilegal que se muestra en los mensajes mediáticos. Para ello se ha tomado uno de los temas relacionados directamente con la violencia: la inseguridad. En las notas recolectadas, se estigmatiza a los sectores sociales más vulnerables, particularmente a los jóvenes, que son señalados como los causantes del delito, marginales, delincuentes, violentos, fuera de toda legislación. En esta obra se deja en segundo plano todo esteticismo. La idea es indagar a partir de dos elementos opuestos que contienen una fuerte carga simbólica: la Constitución Nacional, que simboliza la legalidad que sectores altos y medios de la sociedad se atribuyen como propios, potenciados por los discursos provenientes de determinados medios de prensa. Para ellos, la pertenencia social es determinante a la hora de acceder al respeto de los derechos y garantías constitucionales que consideran propios. En la concepción de lo que significa vivir seguros/vivir inseguros se iguala e identifica al delito con la pobreza (Daroqui, 2009, 14-24). Esa clase dominante es la misma que elabora los argumentos que justifican la exclusión.

¹Las armas de fuego de fabricación casera, tomado aquí como símbolo de un proceder ilegal, de lo marginal, lo violento, lo que no acata un orden instituido. También simbolizan el concepto de inseguridad, término que siempre recae en las situaciones delictivas. Según el discurso hegemónico los barrios humildes pasan a ser focos de delitos, y sus ejecutores, los jóvenes varones que habitan esos lugares. Esa construcción

1

simbólica pretende legitimar un estado de temor permanente e imponer una mirada parcial, fragmentada, es el *traje a medida* de los intereses de las corporaciones mediáticas. El sujeto excluido porta una peligrosidad que lo ubica socialmente en el rol de enemigo. Por lo tanto, no es tratado como un ciudadano, dentro de la ley. Al mismo tiempo, *Traje a medida* es un ejemplo de intervención que interactúa con el espacio público. Con la obra en la calle los transeúntes se convierten en espectadores ocasionales.

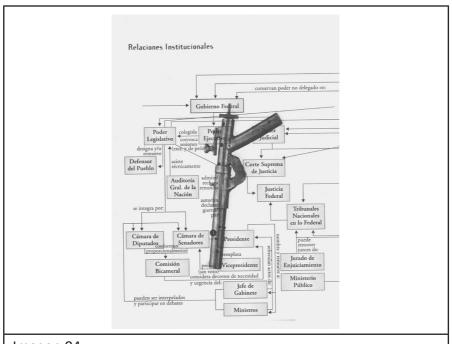


Imagen 04 Félix Torrez. *Traje Nº 6* (serie *Traje a medida*), 2010, fotocopia, 50 x 40 cm.

En fin, Amarillo, Palabras no tan sagradas y Traje a medida forman parte de la línea de análisis crítico que vincula la producción artística con el contexto social y cultural argentino actual. Éste último está, desde hace años, marcado por el peso de los medios de comunicación. Por eso, las tres obras apelan al cuestionamiento, a la interpretación, respecto al modo en que los multimedios más poderosos monopolizan el sentido

de los términos y conceptos que utilizan para construir las noticias. El trabajo con esta temática tendrá continuidad en mis próximas obras, debido a su vigencia y a que las inquietudes que me movilizaron a llevarla a cabo continúan intactas. Actualmente, los nuevos proyectos artísticos que estoy desarrollando siguen el mismo camino.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Las megacorporaciones mediáticas examinan, muestran y manipulan el resurgimiento de los mundos populares, sus propias reglas, códigos y lenguajes. En los diarios *Clarín* y *La Nación* aumentan las páginas dedicadas a la sección policial. Otros periódicos se disputan los escenarios sensacionalistas en un mercado cada vez más difícil. Según hemos visto, una parte importante de las noticias diarias actuales hacen referencia, con una tipografía especial, frases e imágenes al concepto violencia.

El término violencia se vincula con el de inseguridad, delincuencia y pobreza. El *otro* es siempre violento, el causante directo de lo que llaman *inseguridad*, es el delincuente, el peligroso, el marginal, el extranjero. Palabras e imágenes operan subordinadas al mercado y a la necesidad de vender. Cada tapa, cada titular, golpea la mirada: chismes, cuerpos, muertes, sangre. La violencia parece ser una temática atrayente, y, por lo tanto, vendible.

Desde mi punto de vista, a través de la propia obra es posible propiciar directa o indirectamente, situaciones que ayuden a generar conciencia. Para ello, la intencionalidad debe estar centrada en el análisis y la reflexión sobre problemáticas que son omitidas, en este caso, aquellas que se esconden detrás de la aparente neutralidad del discurso mediático. De esta forma estamos en condiciones de afirmar que el arte puede ayudar a develar la mirada uniforme que desde los discursos mediáticos hegemónicos se impone y generar otras percepciones que aporten a la reflexión. Las imágenes surgidas en mis obras *Amarillo*, *Palabras no tan sagradas* y *Traje a medida*, presentadas a lo largo de este trabajo procuran reflejar ésta afirmación.

BIBLIOGRAFÍA

- Arencibia, Fabiana, Echenbaum, Martín, Rodríguez Esperón,
 Carlos y otros. (2008). Medios, manipulación y poder (en línea). Buenos
 Aires: Cuadernos del CCC. Consultado el 13 de agosto de 2014 en
 http://www.centrocultural.coop/modules/wfdownloads/viewcat.
 php?list=M
- Daroqui, Alcira. (Comp.). (2009). Muertes silenciadas: La eliminación de los "delincuentes". Una mirada sobre las prácticas y los discursos de los medios de comunicación, la policía y la justicia. Buenos Aires: Ediciones del CCC.
- Jacoby, Roberto. (2011). El deseo nace del derrumbe. Acciones, conceptos, escritos. Barcelona: Ediciones de la Central.
- Longoni, Ana y Mestman, Mariano. (2008). Del Di Tella a "Tucumán Arde". Vanguardia artística y política en el 68 argentino. Buenos Aires: Eudeba.
- Macchi, Luis. (Mayo de 2005). "Una visión de levedad se transforma en una visión de horror" en Ramona. Especial Poéticas Contemporáneas, p. 65. Consultado el 23 de agosto de 2014 en http://www.ramona. org.ar/files/r50.pdf
- Romero, Juan Carlos; Fernando Davis y Longoni, Ana. (2010).
 Romero. Buenos Aires: Fundación Espigas.