



EN FOCO

REVISANDO "TRES MOVIMIENTOS PARA
EXPLICAR POR QUÉ LOS PIBES CHORROS
USAN ROPA DEPORTIVA "

*Tres movimientos para explicar por qué los pibes chorros visten ropa deportiva**

Sergio Tonkonoff

Universidad de Buenos Aires

INTRO—“Porque nosotros la mayoría de las veces: relojes, camperas, oro. Pero después lo empeñamos. Las cadenas, todo eso, las empeñamos de toque. ¡Una vez tenía un reloj, loco!... un Rolex. Ese reloj se lo saqué a un chabón de traje. Un reloj todo de oro, ¡espectacular!... Me lo agarró la hijita de Javier y: ¡pa!, ¡pa!, me lo rompió todo. Me quedé dormido, re-borracho. Y al otro día vi que estaba con el reloj: ¡pa! ¡pa!, [golpeando el piso] con el reloj de oro...”

Acaso este relato pueda oficiar como prueba de la pretendida irracionalidad de los Pibes Chorros. ¿Quién en sus cabales descuidaría un reloj de oro? Y más: ¿quién lo haría después de haber arriesgado la libertad o la vida para obtenerlo? Frente a esto el sentido común, bien-pensante y bien-habiente, reaccionará encadenando rápida y oscuramente elementos que, entiende, proceden de la oscuridad: el delito, el alcohol (o la droga) y ¿porqué no? el sueño.

Dando un paso muy corto, este catálogo de monstruosidades emparejadas podría incluir, además, juventud y pobreza por lo que ambas tienen de desmesurado. De tal modo, calibrado con el metro de una razón utilitaria y moralizante, el confuso episodio encuentra explicación: jóvenes delincuentes, provenientes de las sombras de la ciudad y de las tinieblas de su propia (in)conciencia, irrumpen en el sosiego de quienes honestamente viven y consumen. Atacan. Y vuelven a su morada en un paraje asimilable al estado de naturaleza. En consecuencia: no debería haber medida en la pena de quienes no conocen la medida o, en todo caso, debería haber penas más duras.

Como se ve, si el bien y el mal vuelven a ser los dobles respectivos de la razón y la sin razón, y si la razón queda del lado de la sociedad de los consumidores legítimos, entonces, todos los elementos puestos en escena por el relato de un joven-lobo vuelven a ocupar su justo lugar. Situaciones, objetos y sujetos pueden clasificarse fácilmente según conocidas polaridades: nosotros y ellos, sensatos e insensatos, desprotegidos y peligrosos. Sólo queda el reloj complicando este despliegue liso. Y esto porque, bien visto, un reloj de oro es, también él, bastante irracional, aunque la moral esté de su parte.

Es un reloj, sin dudas, “espectacular”. Las fuerzas que moldearon sus materiales lo querían definitivo: había sido hecho para durar siempre, y para establecer una distancia tan visible como permanente. Un reloj “todo” de oro: notoriamente

* Este artículo fue originalmente publicado como capítulo en: *La Sociología Ahora, Siglo XXI: Buenos Aires, 2007*—pp. 151-164.

excesivo respecto de su modesto valor de uso. Claro que es precisamente allí, en lo evidentemente superfluo de su constitución, donde manifiesta el estatus de su portador. Por eso es un modelo. Un arquetipo al cual deben referirse todos los ejemplares de su especie, no tanto por su perfección mecánica como por la capacidad de exhibir una diferencia. Llegado por accidente o dolo a manos de un habitante de la clase media jamás hubiese sido descuidado. Quizá tampoco hubiese sido vendido. Asegurado con aparente displicencia a la muñeca nerviosa, militaría, poderoso, aportando a la simulación en la lucha por la vida de su novel poseedor. Un trabajador adulto y pobre, en cambio, encontraría risible la posibilidad de despejar sus incertidumbres horarias recurriendo a tan desproporcionado utensilio. Risible, como el psicoanálisis de diván o las dietas macrobióticas. Entre los pobres sólo el puntero político y el delincuente profesional podrían vestirlo: dobles grotescos del gobernante y el gran empresario, no perderían la oportunidad de apuntalar, como aquellos, su estatuto rapaz; su condición ostensiblemente ajena a toda labor rutinaria, manual y productiva.

Nuestros jóvenes, por su parte, no pueden apropiarse de él sin someterlo a un tratamiento previo. Puesto que se trata de un objeto demasiado connotado por su procedencia ha de ser procesado, transfigurado. Perderlo o destruirlo es, después de todo, una forma de consumirlo; de acercarlo a la configuración cultural que lo ha capturado. También pueden venderlo, y es esta alternativa (destrucción o venta para un nuevo consumo) la que permite dar cuenta de las líneas de fuerza que se anudan en el espacio cultural constituido por los Pibes Chorros.

UNO—En general, los ladrones profesionales y adultos, los chorros, asumen como propia la imposibilidad de sostener un trabajo lícito. Continuidad y monotonía son las propiedades que señalan como características, e intolerables, de cualquier faena legal. Otro rasgo típico en ellos parece ser una aguda incapacidad de representarse un futuro personal. Éste último es un rasgo que se ve acompañado de una firme renuencia a hablar del tema. Intentemos comprender el sentido específico de ambas características.

Digamos, pues, que el ladrón profesional trabaja profesionalmente, que su labor consiste en apropiarse del trabajo de los demás. Más cerca del cazador que del labriego, del guerrero que del industrial, la naturaleza de su actividad es predatoria: el ladrón cosecha donde no ha sembrado. Haciéndose de un golpe con lo que otros obtuvieron a través de esfuerzos sostenidos, y dilapidando lo abruptamente conseguido de manera igualmente abrupta, la experiencia delictiva se “realiza” en el consumo, no en la producción. Su cifra no es la acumulación sino el gasto. Pero a los ojos de quienes han hecho del robo un oficio o una profesión, el trabajo legal no sólo es tedioso, ajeno a la tensión exaltada de su actividad rapaz y belicosa: también es indigno. Su bochorno consiste en ser signo de debilidad. Quien es débil debe servir a otros, debe producir riquezas sin consumirlas, debe utilizar el tiempo presente en favor del porvenir. Quien es débil debe trabajar. Fuerte es aquel capaz de manifestar agresivamente su vigor mediante hazañas, de arriesgarlo todo en una

sola jugada. Y de ganar. Violencia y astucia, prepotencia y fraude, son los vehículos de su proeza. Por eso es el honorable. El digno de respeto.

Esta "moral del amo" posee una clara centralidad en el mundo del delito profesional, tiende a redactar sus códigos y organizar sus estamentos. Por eso, el hecho de que el carterista se encuentre en el punto inferior de su escala jerárquica, a incontables peldaños del asaltante de bancos, no se debe a que este mundo valore favorablemente la expropiación a los potentados y la protección de los menesterosos. Se trata, antes bien, de la vigencia en él de una moral de combate por la cual se es más fuerte cuanto más poderoso es el adversario al que se ha derrotado. Aquí la gloria del vencedor es directamente proporcional a la potencia envilecida del vencido: la victoria cubre al campeón con el maná que distinguía a su oponente subyugado. De allí que cada éxito lo haga más fuerte y la mayor fortaleza le provea nuevas victorias.

No sorprenderá entonces que el botín de un formidable golpe, más que "capitalizar" a su ejecutor dejándolo de este lado de la ley y del trabajo, lo ponga en posición de perder irremediamente lo ganado. No sorprenderá la constante disposición de los habitantes de este mundo al exceso. "Lo que se gana fácil, se gasta fácil" es la frase preferida por los ladrones profesionales para describir esta disposición. Es una frase cargada de desprecio e ironía, que ilustra a su modo la constelación de sentidos, la cultura, que permite proferirla. Es que el gasto "fácil", el derroche, es otro signo de potencia. Si se tiene el poder de destruir importantes riquezas en consumos superfluos, es porque también se tiene confianza en poder reeditar tanto el derroche como el triunfo que lo habilita, o en morir intentándolo. Así, todo lo que se ha obtenido "fácilmente" arriesgando la propia vida y la de otros, será dilapidado sin miramientos, porque poniendo en juego lo que podría ser seguridad, abismando todo continente, se prolonga el impulso de la proeza delictiva. Como el acto de robar a mano armada, éste es otro juego de suma cero, un nuevo todo o nada. Un intento más de subyugar a la suerte arriesgando la propia caída, y de señorear sobre aquellos que se aferran a la seguridad obediente de la acumulación y la rutina. Luego, quien dé pruebas fehacientes de su capacidad de exceso, recupera en reputación lo que pierde en festines.

Este mundo del delito (adulto, popular y urbano) es, para decirlo con las precisas palabras de un ladrón profesional, ya bondi. Promueve una existencia nómada y clandestina, desafiante e intensa, que obliga a subirse a cualquier bondi. O, más bien, al bondi del ahora absoluto. Sin rumbo y sin plan, sin ahorro ni prudencia. Un mundo en el que cada acción se agota en sí misma: ajena a toda trascendencia brilla con el fulgor de lo inmediato, y por ese mismo fulgor es devorada. De allí la incapacidad de sus habitantes para justificar utilitariamente su conducta, y su ausencia de palabras para nombrar el porvenir.

DOS—Junto con la posibilidad de emular el gasto delictivo con un énfasis que recuerda a la fe de los conversos, existe, para los Pibes Chorros, la alternativa de que el objeto robado sea vendido, empeñado de toque. En este caso, la traducción a

valor de cambio es el paso previo a un exceso de otra índole. Nadie piensa aquí en acumular dinero. Sin dudas se lo gastará rápidamente. Pero no es éste un proceder carente de sentido (como no lo es la destrucción o el despilfarro que busca el establecimiento de una relación de identidad con los delincuentes mayores). Este gasto compulsivo de dinero no es, ciertamente, la manifestación de un deseo desatado a causa de huecos en la socialización o malformaciones psicológicas. Antes bien, la satisfacción que el consumidor, cualquier consumidor, obtiene en el consumo “desatado” es la del deber cumplido. Y esto porque la adquisición de determinados bienes, en determinados circuitos, es un mandato social que no puede ser impunemente desoído. Claro que la obediencia proporciona notables recompensas: el juego del consumo no sólo hace surgir un mundo de valores coactivos, también permite integrarse a él con la alegría que comunica la pertenencia a una comunidad vigorosa. En este caso, a la comunidad virtual de “lo joven hegemónico”.

Es que la ropa vestida, la música escuchada, los lugares frecuentados, todos ellos producidos o capturados por la dinámica impenitente del mercado, configuran signos y rituales de un tipo hegemónico de identidad juvenil. Un modo de ser joven a la medida de nuestro ethos epocal. Un ser joven apático, acrítico, despolitizado, individualista y bello. Ajeno al futuro y al pasado, habitante paradigmático de la dimensión sin espesor del tiempo posmoderno. Portador de un cuerpo lozano y un presente continuo, su fantasma tiende a constituirse en el doble deseable de jóvenes y adultos.

Es posible que frente a esta figura todo lo que haya sean desviaciones. Pero, por lo mismo, su presencia normativa puede establecer gradaciones, operar modulaciones, trazar límites y producir exclusiones. Integrar, diferenciar y expulsar son los trabajos simultáneos de lo joven hegemónico. La pobreza constituye, entonces, su última frontera.

Tradicionalmente signados por una fugaz transición de la niñez al trabajo, los jóvenes pobres nunca fueron muy jóvenes. En ausencia de una prolongada moratoria al modo de los sectores medios y altos, el paso a la madurez se realizaba aquí con cierta celeridad. La actividad laboral sostenida y la formación de una familia propia, asumían la centralidad que en aquellos sectores posee la condición estudiantil para la misma franja etaria. Pero el proceso de fragmentación y polarización social ocurrido en los años noventa produjo una importante transformación en estas formas tradicionales de socialización. Ahora, fuera o en los márgenes del mercado laboral, y más lejos aún del sistema de educación formal, muchos de los miembros biológicamente jóvenes de los sectores populares urbanos no tienen más remedio que ser también socialmente jóvenes. Y sin otro lugar que el ocio forzado, deben pugnar por construir esa identidad a través de elementos pasibles de ser significados positivamente. De modo que si, como regularmente sucede, los objetos suntuarios robados no son vestidos ni destruidos sino cambiados por dinero, y éste por objetos más directamente significantes, es porque los Pibes Chorros son, ciertamente, más pibes que chorros. Procurarán, pues, un consumo

capaz de asumir las funciones diferenciadoras de aquellos, pero en un contexto diverso. Trabajarán sobre estos objetos para incorporarlos a un código legible por su propio entorno. Entonces, el derroche orgiástico del guerrero cederá frente a un gasto que transfigure el material inicial en signos de lo joven, y el reloj robado y empeñado se transformará en zapatillas.

Es que un Rolex es otro tipo de extremidad brillante: marca una diferencia pero también señala adultez, compromisos, una posición social y vital consolidadas. Un Rolex no es joven. Joven es lo descomprometido, lo maleable, lo deportivo. Pero además, y fundamentalmente, joven es una comunidad del consumo y no del trabajo. Joven es quien vive más de la sociedad que en ella: su estatuto es prefuncional y su carácter, rapaz. Lo rechazado aquí no es el oro sino el reloj.

TRES—Es sabido que el fútbol ocupa un lugar principal entre las actividades de los jóvenes varones, populares y urbanos. Se sabe también que, a cierta distancia de las lógicas mercantiles, conserva entre ellos la forma de un juego. Cualquier día es ideal para su ejercicio, y difícilmente se encuentre una actividad más importante durante el fin de semana. En esa hora vastos contingentes ocupan los predios que cada barrio ha dispuesto especialmente para su práctica ritual. Sitios extraños al tiempo y el espacio profanos, todo sucede allí como en un círculo mágico. Más acá del reino de los fines, este juego agota en sí mismo su sentido. Sin otro propósito que el de realizar su propio despliegue, se halla fuera de las leyes que rigen al mundo social ordinario. Por eso constituye una significativa interrupción de la vida cotidiana, un interludio feliz en el despliegue de su monotonía.

Sobre su territorio el juego es soberano. Allí instituye las reglas que le darán la vida. Ellas son su espíritu o, si se prefiere, su naturaleza, y este modo de ser suyo es autónomo respecto de quienes lo practican: los jugadores no hacen más que encarnarlo, entregándose a sus requerimientos. En ese abandonarse radica su atractivo. El juego nos descarga del peso de quienes somos. Está en su esencia, escribió Huizinga, hacernos perder la cabeza. Por eso siempre se juega "a algo": al fútbol, al mecánico o al bandido. Quien quiera jugar será, en realidad, jugado, sólo que vivirá como libertad esa tiranía.

Por su disposición el fútbol precisa de la fuerza física regulada y de la habilidad de sus jugadores, y a esta tensión entre fuerza y maña agrega otra: la que se produce entre el respeto a las reglas y su transgresión velada. Así, potencia y picardía, honestidad y trampa, se combinan en el marco del enfrentamiento reglado con un equipo adversario, constituyendo un ejercicio privilegiado para la autoafirmación periódica de cada uno de los jóvenes en cuestión y, por lo mismo, para la construcción social de su masculinidad.

Es probable que con la retirada de la escuela y el trabajo como mediadores de la masculinización popular-juvenil, esta función haya ido cobrando una relevancia aún mayor de la que históricamente parece haber tenido. Se suman a aquel reflujo institucional, las recientes transformaciones en la cultura parental producidas por el rol cada vez más activo que las mujeres (las madres) han debido asumir frente la

precarización del empleo o la desocupación de los otrora jefes de familia (los padres).

De modo que, en ausencia de instancias alternativas, la esquina y la “canchita” aparecen como ámbitos centrales en la constitución identitaria de esos jóvenes. Ámbitos cuya lógica no es asimilable a la de una institución societal. Su estructura sociológica puede describirse, más bien, como sociabilidad. Esto es, una “forma lúdica de la asociación”, “una relación que no es nada sino relación”, según las definiciones de Simmel. La vereda y el potrero son los territorios de la conversación inconducente y del estar juntos porque sí. Espacios donde el intercambio, el contacto y el habla son fines y no medios. Donde la sociedad sólo está presente como fantasma. En ambos espacios el recurso a la fuerza física posee un valor de primer orden. No porque encarnen la distopía de la violencia marginal soñada desde el centro, sino simplemente porque un modo tradicional de autodefinición entre, y al interior, de los grupos de varones adolescentes (pobres y no pobres) es el que tiene lugar a través de los golpes de puño en la esquina y la manifestación de vigor en la cancha.

Digamos por otra parte que así como cada barrio popular posee un potrero, cada centro comercial, cercano a estos barrios, posee una “casa de deportes” relativamente importante. Allí los artículos deportivos son ofrecidos en numerosas cuotas a un elevado precio. Señalamos esto porque si es evidente que el fútbol es una actividad relevante para los jóvenes pobres, quizá no sea tan evidente que la ropa deportiva es su lujo.

Se trata de atuendos vistosos que no siempre se conforman con los colores del club de preferencia de sus portadores. Acaso alguno entre ellos pueda invocar la comodidad que brinda este tipo de vestido como pretexto para su uso. Con eso tal vez intente una justificación frente a la “moral de la utilidad” que solía caracterizar a sus padres trabajadores. La clave, sin embargo, parece estar en otro lado. La ropa deportiva es cara y no sirve para trabajar. En realidad, en los barrios pobres, tampoco se usa para practicar algún deporte. Al fútbol se juega con prendas ya gastadas, reservándose el brillo de la tela sintética para representar, sin reservas, lo que verdaderamente significa: ocio.

Es cierto que el deporte, en tanto que opuesto al trabajo, puede pensarse también como ocio. Pero constituye todavía un espacio signado por el esfuerzo y la disciplina. Un ideal regulador y edificante tensiona su espíritu: la energía juvenil, flotante y siempre pronta a convertirse en violencia o desviación, piensa el mundo adulto, puede ser canalizada deportivamente. Afirmación regulada de la masculinidad, normalización saludable del cuerpo y templanza del alma: el fútbol es, después de todo, un tradicional medio de control social.

Cuando vuelven del trabajo o de la escuela, cuando salen de sus casas en dirección a la esquina, antes o después del fútbol, los jóvenes populares lucen sus mejores atuendos deportivos. A veces van a bailar con ellos los fines de semana. Los Pibes Chorros los usan todo el día, todos los días.

FINAL—La ropa deportiva que caracteriza a los Pibes Chorros es la más costosa. Pero lo importante no es que vistan caro, sino que lo hagan con estilo. Pantalones largos y camperas holgadas se combinan aquí con una gorrita de visera sobre la frente, pero es probable que la pieza central del conjunto sea el calzado.

Zapatillas confeccionadas por compañías transnacionales con materiales resistentes y aparatosos; de gruesas suelas de goma filigranada—como una rueda de automóvil—que son usadas con la lengüeta salida de forma prominente y los cordones desatados. Sobrecargadas de ribetes de colores fuertes, siempre limpias y cuidadas, los Pibes Chorros las llaman llantas.

Zapatillas muy caras y muy vistosas paseándose, con los cordones desatados, por barrios que supieron ser obreros. Ostentando, como las uñas de los mandarines, un profundo desprecio por toda labor físico-productiva, materializando un gasto que no puede ser recuperado ni siquiera por una utilidad deportiva. Su agitación se recorta sobre un fondo quieto de jóvenes pobres y pasivos, y hace del ocio forzado un valor positivo.

Son zapatillas para jugar a otro juego: zapatillas para salir de caño.

Periódicamente, dos o tres jóvenes dejan la esquina que les pertenece en dirección a otros barrios: "vamos a ganar", dicen. Lo que ellos mismos denominan meter caño, consiste en intentar hacerse, a mano armada, del dinero y los bienes de otras personas. Para ello se trata de disponer un campo de acción y recorrerlo en busca de potenciales presas. Se debe conseguir neutralizarlas, hacerse con el botín de sus pertenencias, sortear los obstáculos que puedan presentarse, y salir ileso. Solamente así se habrá ganado.

Se trata, sin dudas, de un deporte extremo. Se sale a poner a alguien. No se busca distraer o engañar. No se permanece quieto a la espera de un descuido. Su práctica comporta una disposición activa: es una práctica más cercana a la caza que a la pesca. Sólo que no es sed de sangre sino de objetos, dinero y aventura, lo que agita el corazón de los cazadores. Rapiña, y no muerte, es el nombre del juego.

Una jugada típica consiste en ir poniendo. Esto es, llegar hasta una localidad vecina y robar un automóvil. Con ese automóvil robar varios comercios, algún transeúnte, una casa. Otra jugada consiste en ingresar en una vivienda a punta de pistola, procurar el dinero de sus habitantes, atiborrar el vehículo de éstos con la mayor cantidad posible de electrodomésticos, y huir con el vehículo, el dinero y los artefactos. La jugada más sencilla: ir caminando y robando gente de a pie.

Es que los Pibes Chorros son pobres deslocalizados. Solos o "en banda" frente al sortilegio abismante del mercado, estaban condenados a no ser, a permanecer tras el umbral de visibilidad de la ciudad del consumo. La lógica de la polarización social vigente había querido que desearan en paz y luego desaparecieran en silencio. Ante la imposibilidad de cumplir acabadamente con tan singular mandato, ellos salen de caño. Es decir, recusan el lugar que se les había asignado y acometen hacia un centro que les está física y simbólicamente negado. De allí vuelven con algunos objetos y muchas historias. También traen el reconocimiento del que carecían. Un reconocimiento mayor al que jamás imaginaron: la inseguridad ambiente de una

Argentina de riesgo lleva a veces su nombre. Aptos para concentrar todos los temores y todas las miserias de la sociedad que los excluye, una cruzada estatal y massmediática los convierte de vez en cuando en un enemigo temible. Sólo el miedo generalizado al desempleo es capaz de opacar su resplandor.

Pero su orgullo no termina allí. No solamente se han expuesto a la cárcel o a la muerte que ávidamente se les desea. Han puesto en juego, además, su vínculo con las redes familiares y vecinales que los sostienen, y que tienden a participar del pánico moral que los condena. Todavía entonces, cuando la más encrespada ola de recelo, exclusión y violencia punitiva se eleva frente a ellos como un destino, los Pibes Chorros la toman a contrapelo y, mientras pueden, barrenan.

La suya es una estrategia centrífuga. Han “salido”. Han arriesgado su seguridad y la de otros ganándose con ello una identidad definida, negativamente privilegiada. Es decir, socialmente relevante. Luego han vuelto al barrio a cantar su gesta y a enrostrar con arrogancia su aristocracia espuria. Y todo para ser jóvenes como hay que serlo. Para traer o comprar zapatillas. Zapatillas espectaculares como un reloj de oro. Producidas por la industria globalizada para consumidores legítimos, ya eran kitsch, ahora en sus pies son monstruosas. El resultado de la mixtura de tres reinos: un estandarte tejido con retazos delictivos, lujos populares y brillos hegemónicos. Han devenido llantas, símbolo de una nueva (sub)cultura juvenil, nacida en conexión con el núcleo central de la cultura dominante en la Argentina. Cultura que sabe ser, también ella, la del gasto espectacular e improductivo.

Bibliografía

- Barbero, J. M.: “Jóvenes: Des-orden Cultural y Palimpsestos de Identidad”, en *Viviendo a Toda: Jóvenes, Territorios Culturales y Nuevas Sensibilidades*, Siglo del Hombre: Bogotá, 1998.
- Baudrillard, J.: *La Economía Política del Signo*, Siglo XXI: México, 1999.
- Bourdieu, P.: *Cosas Dichas*, Gedisa: Barcelona, 1988.
- Cohen, A.: *Delinquent Boys. The Culture of the Gang*, The Free Press: Chicago, 1955.
- Elias, N. y Dunning, E.: *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, FCE: México, 1992.
- Hall, S. et al.: *Resistance Through Rituals*, Hutchinson: Londres, 1976.
- Hebdige, D.: *Subculture: The Meaning of Style*, Methuen: Londres, 1979.
- Huizinga, J.: *Homo Ludens, El juego y la Cultura*, Emecé: Buenos Aires, 1961.
- Maffesoli, M.: *El Tiempo de las Tribus*, Icaria: Barcelona, 1990.
- Rojas, P.: *Los Pibes del Fondo, Delincuencia urbana, Diez historias*, Norma: Buenos Aires, 2000.
- Sarlo, B.: *Escenas de la Vida Posmoderna*, Ariel: Buenos Aires, 1994.
- Simmel, G.: “The Sociology of Sociability”, *American Journal of Sociology*, 55, núm. 3, Noviembre de 1949.
- Svampa, M.: *La Sociedad Excluyente, La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*, Taurus: Buenos Aires, 2005.
- Tonkonoff, S.: “Desviación, Diversidad e Ilegalismos: Comportamientos Juveniles en el G.B.A.”, *Delito y Sociedad*, 10, Buenos Aires, 1998.
- Zaluar, A.: *O Condomínio do Diabo*, UFRJ: Río de Janeiro, 1994.

Tres apropiaciones (o más).

Dialogando diez años después con el texto de Sergio Tonkonoff sobre pibes, choreo, ropa deportiva y la moral del amo.

Mariana Chaves

Universidad Nacional de La Plata—CONICET

Debo decir que los primeros cinco párrafos, incluido el epígrafe, quizás seis párrafos del texto original de Sergio Tonkonoff me produjeron incomodidad. Estuve tentada de saltar a las conclusiones para encontrar una certeza, una coincidencia, una pista que me permita entender, ubicarme y tener paciencia para seguir leyendo las frases con imágenes crudas, con una elección de palabras que me colocaba muchas veces en un debate imposible entre la razón y la sin razón. Pude calmarme. Era domingo. Pensé en Miguel en la Unidad Penitenciaria ¿Tonkonoff quiso hablar de él? Revisé las conversaciones con Miguel en el facebook imaginando que podían darme letra, ¿acaso él no había sido nombrado muchísimas veces como pibe chorro? Pero no podía robar nuestra intimidad y despilfarrarla en este artículo. Del otro lado de las rejas y los muros, otros pibes y pibas, o sus padres y hermanos, de muchos barrios, esperan ropa de abrigo en el invierno y alguna camiseta piola para pasar el verano, pero ese sería otro escrito.

Volviendo a dialogar con “Tres movimientos...” vale aclarar que escribir diez años después de su publicación es como analizar con el diario del lunes, me siento medio tramposa, pero a la vez reivindico y agradezco la posibilidad. Desarrollo el texto en tres puntos, siguiendo el juego de copiar la estructura del original aunque los contenidos no sean correspondientes. Es “solo” una cuestión de forma.

En primer lugar me detendré en la ropa. En coincidencia con lo que hacemos muchas/os cuando conocemos a otra persona, lo miramos de/desde afuera. Cierta ropa y objetos funcionan como marcadores de diferencia, en este caso hiperamplificado en la imagen de las zapatillas y la ropa deportiva de marcas globalizadas. Son apropiaciones materiales y simbólicas de elementos asociados a distintas posiciones sociales. De aquellos años 90 donde se caricaturizaba la cumbia villera y a su protagonista el Pibe Chorro, ha pasado mucha reconversión de la industria musical y de la indumentaria. Como indica un viejo concepto de estudios culturales (Hall *et al.*, 2010), las producciones de estilo resultan en formas de pertenecer (inclusión) y en soluciones simbólicas a conflictos (muchas veces de clase).

En el segundo punto mencionaré otras formas de apropiación: la propiedad privada y el robo, o parafraseando a Proudhon (2005) en su texto de 1840, la propiedad privada como robo. En ese camino también reflexionaremos junto a Tonkonoff y Ariel Wilkis (2012), sobre las formas de consumir esas propiedades y de significar el dinero.

El tercer punto está centrado en la apropiación de las vidas. Reúno allí dos líneas de pensamiento a las que me llevó “Tres movimientos...”: por un lado la apropiación de

la vida del otro en formato discursivo (estigmatización-anulación) y material (derecho a dar muerte-anulación); y por otro lado la apropiación de la experiencia de la juventud, también en dos formas: 1) apropiación de la posibilidad de la experiencia del modelo hegemónico de juventud (identidad juvenil), y 2) apropiación de la juventud de los sectores populares por parte de la sociedad (expropiación de aspectos de su condición juvenil).

Finalmente habrá algunas palabras de cierre.

Apropiación UNO: la ropa deportiva

En el 2004 podíamos musicalizar con El Original:

Alta yanta, pantalón corto,
alta casaca y una piola visera
Con mi banda queremos flashar,
por eso esta noche la vamo bailar.

El Original (2004) “Alta Yanta”. Disco El bombazo.
https://www.youtube.com/watch?v=-D_I2a2BmqQ

Diez años después Sonido Básico le pone los puntos a los que arribaron desde otro sector social al estilo con:

tu risita no me cabe tenés cara de salame
te haces el guacho piola sos re gato no te sale
te haces que sos de calle y sos un nene de mamá
las llantas y visera te las compra tu papá

Los giles como vos no duran en mi vecindario
los tenemos de mulo pa’ que hagan los mandados

Sonido Básico (2014) “Muchos Cumbieritos”.
<https://www.youtube.com/watch?v=Oiy3wH7JC8g>

Cabría decir por un lado que ni la ropa les dejaron a los “Pibes Chorros”. En estos años dos mil diez y pico la ropa deportiva de fútbol para uso diario no es exclusiva—ni excluyente—de algunos pibes de sectores populares. A ciencia cierta nunca sabremos si lo fue alguna vez, pero se puede afirmar que fue un marcador de distinción frente a otros, era una marca de prestigio su posesión y significaba e identificaba un *poder ser* desde la pobreza con una estética propia. Escribo en pasado no porque haya finalizado sino para contar cómo era en su origen, o por lo menos diez años atrás cuando escribía Tonkonoff y cantaba Alta Yanta. Analizaremos brevemente algunas de sus características, el proceso de circulación en el que entró y algunas reapropiaciones realizadas.

La estética estaba construida con algunos productos de marcas de la economía de escala global que vestían a los “exitosos” del mito “del potrero al Manchester”.

Emblemáticamente Nike y Adidas, sumado a los cuerpos con signos del hambre, el padecimiento y la historia en la piel tatuada y oscura, y protegidos con viseras. Ese combo de apariencia identitaria habilitó la construcción de un nosotros exultante de masculinidad del aguante—muy clásico—, y unas feminidades que generaban controversias: a veces del aguante, a veces de la acompañante, a veces el motivo por el que rescatarse, a veces todo junto (Silba, 2012, 2014). La ocupación de los espacios públicos y privados del entretenimiento por parte de los y las jóvenes de esta estética fue avanzando, desde experiencias más segregadas en algunas esquinas del barrio de residencia, hacia ocupaciones de los centros de las localidades o la circulación a pie, en motos o bicis por toda la ciudad.

Se iba creando una visión externa sobre ellos de carácter estigmatizante, abonada y aprovechada por algunos sectores para darle una vuelta más de tuerca a la histórica construcción del portador de los males sociales, esta vez—ya repetida—en los jóvenes varones pobres de los suburbios. "El pibe chorro es un constructo social tributario de imaginarios sociales entrenados en la descalificación" (2014:106), escribía Rodríguez Alzueta. En un revival del racismo sobre el cabecita negra, se coloca en las tapas demoníacamente a "los villeros", "los pibes chorros", la visera, la cumbia, y así el vandalismo de la moral del amo arrasa con toda legitimación posible de la producción cultural plebeya. En espacios que intentaban ser más políticamente correctos aparecen las expresiones "los turbios", "lugar turbio", como nueva nominación de la diferencia.

"La capacidad de exhibir una diferencia", dice Tonkonoff sintetizando. Recordemos que la capacidad de exhibir diferencia no está solo en el objeto, sino en lo que no es. El camperón de River o de Boca no solo "dice" sobre la identificación que tenemos con esos clubes, sino que les dice a las demás personas que nos la bancamos, ¿Cómo es posible construir este efecto de poder? por el contexto, por la tradición y porque no lo usan todos los demás. Puede no tener nada que ver con nuestra capacidad de aguante. Los que no se identifican, los que no se lo apropian, se perciben fuera de ese universo del aguante futbolero, no quieren ser como "el grasa", "el cabeza" o aquel que por lo único que podría "triunfar" sería por el fútbol. El otro se posiciona en una inclusión en la sociedad que no está basada en el consumo de esos bienes. Y ahí nos descarta.

Muchos de los que no están incluidos, en el sentido de posiciones favorables—o por lo menos dignas—en la estructura social de la sociedad laboral, se incluirán por otros mecanismos, uno es el consumo, otro son los colectivos de reconocimientos identitario. Pueden ir separados, pero la combinación de ambos—como es el caso que nos ocupa—, produce una resolución del *ser parte*, es un lugar de participación en la sociedad. Aunque la mayoría de los otros te esté echando, te hagan bastante difícil la vida, o sueñen con tu inexistencia, vos estás ahí, y tenés muchas cosas en común con ellos.

En los diez años transcurridos es interesante ver el proceso de producción, circulación y consumo de la ropa deportiva identificada en algún momento con "los pibes chorros". En el momento de la producción se puede ver el avance de la mundialización de las marcas, y la globalización de las posibilidades de fabricarla, ya sea en su original o en imitaciones. Se han multiplicado por millones las ganancias de los

dueños¹, pero también han crecido las ganancias de los imitadores (a veces no sabemos si no serán los mismos). El origen de los bienes hace muchas décadas que es difícil de determinar inequívocamente: ¿Las Adidas que tenemos vinieron en un container de China? ¿o fueron hechas en las fábricas de Lanús, Esteban Echeverría, Chivilcoy o Coronel Suárez? (varias con despidos en 2017)², ¿o un pedacito en cada lado? En el momento de la circulación, además del crecimiento de los locales de marca exclusiva y de sus productos en tiendas multimarca, hemos podido comprar en las ferias³. Nuestras ferias de productos réplica, imitados o auténticos pero a menor precio⁴.

Detengámonos en el tercer momento de la producción: el consumo. Se ha ampliado la población consumidora de ropa deportiva en general, pero en particular me interesa visibilizar que la estética asociada al “pibe” de sectores populares que viste ropa deportiva, visera y zapatillas hace ya varios años la encontramos en los cuerpos de pibes de sectores medios. De ahí mi comentario del inicio de esta sección, sobre que “ni la ropa les dejaron”. Ya no es marcaje de diferencia como lo describía Tonkonoff. Sigue produciendo distinción por supuesto, pero hubo una apropiación de jóvenes de sectores medios del estilo “estigmatizado”, que en su uso y resignificación arrastra algo del peligro que los demás les endilgaron, pero también se saca de encima un poco la idea del chorro, sigue siendo pibe, pero por su clase la moral del amo disminuirá la sospecha. Desde el lado de los pibes clasemedios que adoptan esta estética, sumada a los cortes de pelo de dibujos rapados y a veces a la escucha de trap, se va tornando cotidiana la vestimenta, claro que se verán señalados como mala copia por los originarios como canta Sonido Básico. Algunos quizás intenten dividir entre usuarios de original o réplica, pero entre la devaluación de los ingresos de los trabajadores (sus padres), la oposición o discusión del abuso de las grandes marcas y la emergencia de nuevos circuitos de venta muy empáticos con las redes sociales, más pibes han podido acceder a los productos con o sin patente legal. El mito de la producción/consumo impecable en su invención del imaginario de legalidad quizás quede reservada a los sectores altos.

Dos autoras peruanas, Ucelli y García Llorens estudiaron durante un tiempo la vida cotidiana de jóvenes que no tenían mucho dinero, pero no pertenecían a la pobreza estructural sino a lo que en los últimos años se nombran como sectores vulnerables. Ellas dicen que “para los jóvenes estudiados, las zapatillas y la ropa de marca son entendidas como recursos materiales y simbólicos de movilidad social” (2016: 240), una especie de inclusión por el consumo. La apuesta analítica es tomar el consumo como una de las formas de participar de las pautas sociales generales, de ser parte de aquello que es reconocido. En este caso *ser consumidor* es una de las formas bien valoradas en

¹ Ver de 2016: <https://www.merca20.com/nike-vs-adidas-vs-under-armour-cuanto-dinero-reciben-cada-dia/>

² Ver noticias sobre conflicto por despidos: <http://brownonline.com.ar/28392-adidas-cerro-tambien-fabrica-lanus-y-https://www.laizquierdadiario.com/Esteban-Echeverria-Adidas-dejaría-de-ensamblar-zapatillas-en-Argentina>.

³ Como análisis de algunas de una feria emblemática recomendando el artículo corto de Sebastián Hacher <http://www.revistaanfibia.com/cronica/la-salada-es-para-siempre/> o su libro *Sangre Salada. Una feria en los márgenes*, Marea: Buenos Aires, 2011.

⁴ Sobre la formación del precio de la ropa en Argentina ver artículo de Mariano Kestelboim <http://studylib.es/doc/8406762/la-formaci%C3%B3n-del-precio-de-la-ropa-diciembre-2012>.

nuestros capitalismos de siglo XXI (aunque veremos en el siguiente punto que también hay moral del amo para esto).

Otro perspicaz autor, Carlos Monsivas, esta vez desde México, nos decía cómo "Se comprueba el axioma: donde cesa la movilidad social, en alguna medida y gracias al despliegue de las necesidades y la voluntad, emerge la movilidad cultural, algo comprobable en toda América Latina. El fin de la movilidad social humilla a un sector inmenso de jóvenes, pero el ascenso de la movilidad cultural es, para una minoría, la oportunidad compensatoria" (2005: 134). La hegemonía de las zapatillas de ciertas marcas, como buena hegemonía, comprende la participación en el uso de distintos sectores sociales. Contribuyen los y las jóvenes de arriba, del medio y de abajo, hay distinciones de modelos, de colores, pero la marca de algún modo unifica generacionalmente—ya no nos importa con qué legalidad. Es imposible la homogeneización, y no estamos tampoco hablando de igualdad, sino de participación en el mercado de consumo y de venta de fuerza de trabajo.

Apropiación DOS: los robos, los gastos y las sospechas

Quiero poder escribir aquí desde la incomodidad. Desde el miedo a perder mis propiedades, pero con un conocimiento de cómo es la vida de muchos de los que se las llevan. Pretendo hablar un poco de esta cuestión de agarrarse las cosas de otro, del robo como metáfora—demasiado obvia—del capitalismo, y luego hacer un recordatorio sobre las formas de uso-gasto-consumo y el dinero.

Como dije en la introducción Proudhon escribió en 1840 que "propiedad y robo son términos sinónimos". Su frase famosa: "la propiedad es robo", escandalizadora antes y ahora me permite pensar que todos robamos. En términos generales todos nos apropiamos de algo del otro. En términos particulares la conformación de la riqueza, de la acumulación de capital, sólo ha sido posible por la expropiación de fuerza de trabajo de otras personas, de sus bienes, o de la tierra, sin haberles retribuido a cambio un equivalente sino una suma menor, o nada. Constituye en parte la base de las relaciones de desigualdad⁵. No hay novedad en el robo/apropiación, sin embargo es presentada como una forma dañina, posible de evitar y posible de castigar. Castigos selectivos para las personas pobres que se llevan cosas de los demás, y a veces para personas no pobres que producen eventos mediatizables como boquetes, bolsos arrojados, valijas llenas o casas con grandes cajas de seguridad. Todo esto igual parece robo al menudeo al lado de las apropiaciones históricas y continuas como las que hizo Europa sobre América Latina en el colonialismo (¿habrá terminado?), Estados Unidos en su fase imperialista (¿habrá terminado?), y para venir más cerca la apropiación de las tierras de los pueblos americanos por parte de los terratenientes, el Estado y otros "dueños" de capital nacional (claramente no ha terminado). No pretendo buscar un equilibrio entre robos de unos y de otros, ni justificar las apropiaciones sino nombrarlas con los mismos términos, sin importar quién la realice.

⁵ Las reflexiones de Luis Reygadas (2008) dialogan en este punto.

Se trata de intentar comprender las lógicas de cómo y por qué se aplican términos asociados al delito, la ilegalidad y, fundamentalmente, la deslegitimación para algunas prácticas, y las mismas prácticas cuando son realizadas por otro sector social son automáticamente validadas y “muy lógicas”. La instalación de la sospecha sobre los bienes, la ganancia, el dinero y, en definitiva, la vida de los que menos tienen es sostén de la percepción de supremacía de los que más tienen o tienen algo. La distinción debe construirse sobre un orden moral sumamente simple: “lo que nosotros hacemos está bien, lo que ellos hacen está mal”, “yo decido cómo gasto, pero además decido cómo deben gastar ellos (que no es en lo mismo que yo obvio)”. Como dice Tonkonoff “Quien es débil debe servir a otros, debe producir riquezas sin consumirlas, debe utilizar el tiempo presente en favor del porvenir. Quien es débil debe trabajar. Fuerte es aquel capaz de manifestar agresivamente su vigor mediante hazañas, de arriesgarlo todo en una sola jugada”.

Podríamos seguir con esta derivación de frases autolegitimadoras de la posición del que enuncia. Nuestra cotidianeidad está llena de ejemplos de desacreditación de la vida del otro. Pero volvamos a la sospecha sobre ese discurso: ¿por qué el gasto de los pibes se llama derroche o despilfarro y la compra de un auto nuevo, cambiar la tele de 40 pulgadas por uno de 50, poner más aire acondicionados, llenarme de adornos para la casa o para mi cuerpo, cambiar las cortinas, los muebles, tener 20 pares de zapatillas o 30 de zapatos o 40 cadenas distintas no lo sería? ¿Por qué persistir en una búsqueda de racionalidad que se basa en “una forma” del gasto, y de nombrarlo, definida por los sectores dominantes? A ese modo de interpretar el mundo creo que Tonkonoff y yo llamamos “la moral del amo”. Porque lo importante para el moralismo meritocrático no es el dinero en sí, sino reducir el dinero del otro a un dinero sospechado. Como si las clases no pobres (y muy rígidamente los sectores medios) dijeran: “Si va a tener lo mismo que yo, o cosas parecidas a las mías, diremos que la obtuvo de mala manera o no sabe usarla”. No es merecedor. Esta estrategia de distinción coloca la duda sobre las formas de obtener y de usar los bienes y el dinero. Ese desarrollo interpretativo de la sospecha permanente le permite al enunciador intentar excluir al acusado de la vida en común, y en este caso en el mercado de consumo. Los sospechosos de siempre no se quedan quietos, ellos disputan los sentidos y también tienen comentarios para “los caretas”. “Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo” escribió Canclini (1995) con gran claridad.

Preferiría tal vez no sospechar de nadie, pero el ejercicio de diálogo con Tonkonoff al que me han llamado, me llevó a ver cómo plantea la sospecha sobre la forma del gasto de lo robado por los pibes. Creo que el autor oscila entre una crítica a la sospecha de la irracionalidad de ese gasto y su confirmación como improductivo: “esta alternativa (destrucción o venta para un nuevo consumo) es la que permite dar cuenta de las líneas de fuerza que se anudan en el espacio cultural constituido por los Pibes Chorros”, o en otro pasaje “la experiencia delictiva se ‘realiza’ en el consumo, no en la producción. Su cifra no es la acumulación sino el gasto”. Tengo mis dudas sobre esta afirmación. No le disminuiría su nivel de producción a la práctica delictiva, ni supondría que el gasto es

su medida en tanto opuesto a acumulación. Puede tal vez servirnos más no oponer acumulación a gasto, ese siempre ha sido el caballito de batalla de los que ya habían acumulado.

Otra acotación que puede sumarse al diálogo es recordar que el consumo es el momento de realización de la mercancía en términos de Marx. Sin consumo no hay producción, porque además el consumo siempre es consumo productivo, por lo menos en un doble sentido. Por un lado, porque produce al sujeto: en la acción del consumo el sujeto transfiere energía para sí—material y/o simbólica. El consumo produce al productor, consumidor, y la renueva la necesidad de la venta de la fuerza de trabajo (para seguir consumiendo, para pagar las deudas de lo consumido promete trabajo a futuro).

Por otro lado, porque en ese tercer momento de la dialéctica de la producción, se finaliza el circuito de producción y emerge la posibilidad de su reinicio. “El consumo sirve para pensar” enseñó García Canclini en la década de los noventa, y escribía “En el lenguaje ordinario, consumir suele asociarse a gastos inútiles y compulsiones irracionales. Esta descalificación moral e intelectual se apoya en otros lugares comunes” (1995: 41). Aquí estamos dos décadas después, y continúan las preguntas del sentido común (del amo y sus acólitos): ¿de dónde sacan las cosas? ¿por qué se gastan todo? ¿por qué no siguen UN orden de prioridades de gasto? ¿por qué gastar en cosas que identifican? ¿o en cosas que dan placer en vez de dilatar el encuentro con el deseo?

Lo robado, o el dinero obtenido del robo, también se usa para comer, para contribuir en la economía doméstica, para comprar la garrafa, para cargar nafta, para comprar cerveza, y para comprar otros bienes que le pueden gustar al que roba—o no—, que le pueden gustar al que fue robado—o no. De la frase de Tonkonoff “la satisfacción que el consumidor, cualquier consumidor, obtiene en el consumo ‘desatado’ es la del deber cumplido”, me gustaría resaltar la noción de satisfacción. El consumo como placer. Pero volverían sobre nosotros los agitadores de dedos índices en alto para decirnos que no es posible, que no se debe sentir satisfacción. Que no está permitido ni legitimado el placer del consumo a quien no estaba llamado a consumir (llamado estaba pero se esperaba que no viniera). El bien obtenido por robo arranca con saldo positivo, se presenta como si no se le debiera nada a nadie. Por eso es posible obtener ganancias millonarias si me quedo con tierras que eran del estado, si me conmuta deudas porque soy juez y parte, si mejoro el precio de mi tierra (esa que me apropie antes) por mejora de la conectividad vial pagada por otros, u obtengo ganancias muchísimo más flacas, pero ganancias al fin, si me agarro el lavarropas del vecino, pungueo en el micro o vacío una casa. Todo aparece como suma a partir del robo.

El excelente trabajo de Ariel Wilkis (2013) sobre los usos del dinero en la vida popular, nos pertrechan con una visión más compleja y plural sobre los usos del dinero, su circulación y lo que el autor llama una “economía moral del gasto”. El bien y el mal se apoderan de la billetera y discutirán cuándo y cómo llenarla y en qué gastarlo. A veces con criterios que tiene un consenso amplio, a veces más sectorial, otras en tensión permanente entre lo que debe ser, lo que puede ser y sus innumerables adaptaciones. “El dinero arrastra moral”, escribe Wilkis dando una imagen de cuán inseparable es el

dinero de los litigios morales que se sucederán. En su texto el autor nos permite recorrer varios tipos de dinero: donado, militado, sacrificado, ganado, cuidado y prestado. Y establece una fuerte crítica a la visión sospechosa sobre el dinero porque nos cuenta que casi siempre la sospecha es sobre el dinero de los sectores populares. Los pibes chorros del texto de Tonkonoff son de sectores populares, lo advierto por si lo habíamos olvidado. En ese caso los demás le suman a la sospecha del dinero por popular, la del dinero por joven. Como discurso políticamente correcto no hay legitimidad moral de la ganancia obtenida por robo. En la práctica, esto se llena de matices, justificaciones y creación de otros órdenes de legalidad y legitimidad, que varían según clase, sexo y religión (por decirlo con una frase hecha). La moral del amo funciona—quiere funcionar—como un criterio hegemónico sobre el que se mide la vida de todos. Quedamos desprovistos de la cobertura del Bien si nos gastamos todo en caramelos, todo en chocolates, nos desparramos en fiestas y despilfarramos en gustos y en amigos (nuevamente el goce).

Lo ganado debe haberse ganado ¿cómo? ¿con esfuerzo y trabajo? porque esfuerzo y trabajo hubo. ¿O es cuál tipo de trabajo? ¿con el salario que nunca se tuvo? Esa forma legitimada de ganar dinero excluye. Otras formas de trabajo, y el robo de los pobres, serán puestos en sospecha. En esa operación simbólica se invisibilizarán todas las otras formas del dinero en las que participan los pibes chorros y no chorros: el donado, el militado, el cuidado, el sacrificado, el prestado y todas las otras formas que pudiéramos encontrar si se investigara el tema. La fragmentación del sujeto para ver solo una parte es un mecanismo eficaz. No conozco ningún pibe, ni ninguna familia que solucione su economía doméstica solo con dinero robado. Hay una integralidad, en el sentido del uso de distintas estrategias en la búsqueda de recursos para subsistir, para más que subsistir y para gozar. Hay pibes que chorean, pero no necesariamente el choreo define su identidad, hay que estudiar cada caso para ver el proceso. Por eso abono la idea de no hablar de “pibe chorro”, para no subsumir en una sola práctica la vida de una persona. Son también hijos, novios, hinchas de fútbol, a veces estudiantes, vecinos, entre muchas otras cosas. Participan de diversas prácticas y relaciones. Sin intención de invisibilizar “los ilícitos” no cometamos la impericia de creer en un sujeto aislado.

Apropiación TRES: los pibes

“Es que los Pibes Chorros son pobres deslocalizados. Solos o ‘en banda’ frente al sortilegio abismante del mercado, estaban condenados a no ser, a permanecer tras el umbral de visibilidad de la ciudad del consumo. La lógica de la polarización social vigente había querido que desearan en paz y luego desaparecieran en silencio. Ante la imposibilidad de cumplir acabadamente con tan singular mandato, ellos salen de caño”, dice Tonkonoff. Recordemos que también salen de paseo, salen con alguien, ayudan a la vieja, entran y salen de la escuela, están en la esquina, miran tele, se comunican por las redes, paran en una esquina. Coincido con el autor en su descripción del deseo social de invisibilidad del pobre, porque no se trata necesariamente de invisibilidad del ladrón, sino del pobre. Pero no coincido con la imagen de “pobres deslocalizados”, porque arriesgo que no es ausencia de localía, no es ausencia de lugar, es presencia del

desigualado. Presencia inocultable de la desafiliación (según Castel, 2006) y de la deriva (según Matza, 2014). Presencia en "la sociedad de las oportunidades". Presencia de la oportunidad de robar, de la posibilidad de ser, de la acción de participar, de estar en las esquinas, de atravesar en motos la ciudad.

En la introducción del artículo anunciaba dos grandes ejes para este punto tres centrado en las formas de apropiación de la vida del otro, por un lado de la vida total, y por otro la de la experiencia de la juventud. El primer modo, la apropiación de la vida como un todo, lo refiero en un formato discursivo a los procesos de estigmatización que avanzan sobre la anulación del otro como sujeto válido. A lo largo del texto hemos hecho anotaciones sobre lo peyorativo, el racismo y sobre cómo la "ilegalidad" de una acción (el choreo) de un sujeto lleva a anular otros aspectos de esa persona haciendo del pibe, sólo un pibe chorro. Tonkonoff explica "La suya es una estrategia centrífuga. Han 'salido'. Han arriesgado su seguridad y la de otros ganándose con ello una identidad definida, negativamente privilegiada. Es decir, socialmente relevante". Paradoja de la identidad, afirma en una pertenencia social y habilita a la vez procesos de exclusión.

La estigmatización que logra consenso es el camino habilitante de la otra forma de anulación del otro, la forma material, me refiero tanto al dar muerte como al dejar morir (Chaves, 2016). Crece el acuerdo sobre la innecesariedad del otro. Lamentablemente sobran ejemplos en los últimos dos años de gestión macrista en Nación y de Vidal en provincia, donde han aumentado la pobreza y el hambre, haciendo que volvamos a tener muchos desnutridos en los sectores más frágiles y pequeños de nuestra población. A la par, aumentan los casos de muertes en manos de fuerzas de seguridad, o "vecinos" autoproclamados en justicieros o víctimas "con derecho a", y esta vez acompañados de los aplausos de quienes gestionan el estado. Pero estos procesos no son de ahora, el juvenicidio (Valenzuela, 2015) viene siendo registrado desde hace tiempo, pero a veces se hace tapa en el país con sus tonos macabros (Llobet, 2015).

De todos modos, "ya estaba condenado, condenado de antes" escuchamos decir a una compañera en el documental "Pibe Chorro" sobre por qué no denunciaron a uno de los chicos. Y así fue. Murió. A él también lo mataron, así como él podría haber matado antes consiguiendo el papel perfecto de la película oficialista, en lo que Tonkonoff llama "un reconocimiento mayor que el que jamás imaginaron: la inseguridad ambiente de una Argentina de riesgo lleva a veces su nombre. Aptos para concentrar todos los temores y todas las miserias de la sociedad que los excluye, una cruzada estatal y massmediática los convierte de vez en cuando en un enemigo temible". Diez años después, persistiendo cada día en ese mensaje, horadando la solidaridad comunitaria, esos discursos y esas prácticas son el caldo de cultivo primordial y fructífero para el odio en diversas posiciones de la propiedad: poseedores, desposeídos, expropiados y apropiadores (y no solo como enfrentamientos antagónicos de clase, sino también entre los que están del mismo bando).

Por otro lado, el segundo eje de esta sección se refiere a la apropiación de la posibilidad de la experiencia juvenil. ¿Es posible sacarle una etapa de la vida al otro? Pero ya no como muerte sino como imposibilidad simbólica de realización. Como negación de un tiempo. Nuevamente Tonkonoff habla de algo semejante: "Es posible

que frente a esta figura todo lo que haya sean desviaciones. Pero, por lo mismo, su presencia normativa puede establecer gradaciones, operar modulaciones, trazar límites y producir exclusiones. Integrar, diferenciar y expulsar son los, trabajos simultáneos de lo joven hegemónico”. Una expropiación de la condición juvenil, en principio por dos procesos que pueden confluir. Puede ser por inadecuación con el modelo hegemónico de juventud, vinculado a la moratoria social, y/o por mercantilización y banalización de los procesos identitarios y las producciones culturales de los sectores populares. Ejemplo de esto último pueden ser jóvenes de clases altas haciendo cumbia cheta, descubriendo que mejor sacaban ganancia ellos mismos de lo que les gustó tanto consumir.

En contraposición⁶ a esos procesos algunos jóvenes de sectores populares se apropian de aspectos de la condición juvenil hegemónica, y además cuelean en ella, y en los consumos de otras edades y de otras clases, objetos, signos, lenguajes. Colonizando a la inversa, o como bien ha explicado Renato Ortiz (1996) para los procesos de mundialización de producciones culturales latinoamericanas, en este caso insertando en el mercado gustos de origen popular. Por supuesto la industria fagocita, regurgita y devuelve resignificado. Pero cada persona y cada grupo hace lo mismo. Es una disputa casi permanente entre apropiaciones, signos, identificaciones y distinciones. Todo para *ser* (y a veces para parecer). “Integrarse en él con la alegría que comunica la pertenencia a una comunidad vigorosa. En este caso, a la comunidad virtual de ‘lo joven hegemónico’”, escribe Tonkonoff.

La apropiación de la vida del otro, en su formato estigma, en su formato muerte, en su formato hambre, en su formato ausencia de políticas sociales. La apropiación de la juventud del otro diciendo que no tiene, que como empezó a trabajar de chico o tuvo una nena, “no tuvo juventud”. Robo. Eso es robo de la posibilidad de la experiencia en pos de validar un solo modo de vivirla. Juventud de la moratoria social. De los blancos, con estudios, con boliche a cuestras. De aquellos que portan una solución institucional y estructural a sus vidas por el soporte de sus familias y tradiciones de clase, porque la desigualdad le juega a favor. Y a contrapelo de esa intención, la apropiación de la juventud por los que son jóvenes pobres, por los que son jóvenes y roban (la vida en sí, porque es imposible no vivirla). La validación de sus producciones y agrupamientos y la participación en las industrias del entretenimiento, la moda, la música y la indumentaria.

Y en el final, disputarle a la moral del amo

No quiero victimizar a los que roban ni romantizarlos ni exculparlos de la infracción. Sino abogar por la realización de los mismos ejercicios discursivos para todos los sectores sociales. El robo legitimado de la plusvalía no entra en el código penal, apenas si lo toca el código laboral. Hicimos una apuesta para ampliar la noción de usos de los bienes y del dinero no solo a la sospecha, sino también a lo ganado, lo regalado, lo conseguido, lo querido, lo buscado, lo perdido, y otras formas a develar.

⁶ Contraposición que no es necesariamente contracultura o contrahegemonía.

Como todos los hijos de las sociedades (ah porque si no sabían los pibes chorros son sujetos de este mundo), es mucho más lo que hay en común que lo que los diferencia. Me gusta una frase de David Matza (quizás no toda su teoría), "la clave para el análisis de la subcultura de la delincuencia puede encontrarse en su alto grado de integración más amplia, no en su ligera diferenciación de ella" (2014: 112). Como dice Tonkonoff, "los pibes chorros son más pibes que chorros". El anclaje identitario en lo etario es poderoso y combinable con la clase, el género, la raza y la religión, además de la música, la ropa y el lenguaje. No solo la ropa deportiva pasó al uso de algunos pibes de sectores medios y altos, también el lenguaje asociado a lo tumbero, mezclado con la continuidad del lunfardo, se expandió en las calles y las escuelas.

"Y todo para ser jóvenes como hay que serlo", dice Tonkonoff. En parte le contesto: y todo para ser ciudadano como hay que serlo. En parte. Y todo para ser el proveedor de la casa como hay que serlo. En parte. Y todo para ser el macho alfa. Y todo para ser el hermano que ayuda, que da una mano. Y todo para ser el que reta a los más chicos para que no se hagan cachivaches. Y todo para que la piba o el pibe lo mire. Y todo para que la yuta no se pase, y me deje pasar. Y todo para terminar en cana. Y todo para tener unos pesos para el alcohol, el faso, la merca o el paco. Y todo para que no le falte nada al pibe que tuve. Y todo para vivir. Y todo para morir. Estrategias juveniles de reproducción (Tonkonoff, 2007).

A diez años del texto "Tres movimientos..." poseemos un mayor conocimiento de todo y una menor presencia de seguridad social y cobertura programática para las vidas precarias. Hay poca propuesta para atarnos a una vida en común, pero las hay. Ahora que está en auge usar de tiro al blanco a los jóvenes, caen en aparente aleatoriedad pibes chorros, militantes, mapuche o pobres. Pero nos damos cuenta que no hay azar porque tienen en común además de la edad y el género, su lugar de desiguales⁷. Además de los ciudadanos disparadores de siempre, ahora está el Estado enardecido, desbocados sus siervos armados porque pareciera que todo puede ser barrido bajo la alfombra de la casa de gobierno.

Pero acá estamos. Somos los que limpiamos sus casas desde hace siglos: sabemos donde guardan la mugre. Acá están los desangelados, los cabecitas negras, los pibes que usan visera y ropa deportiva, que laburan, que estudian, que a veces, algunos, roban. Están los que son robados. Las organizaciones sociales y políticas. Las iglesias. Estamos los intelectuales de lo público que llegamos desde barrios con calles de barro, y otros desde las lindas escuelas del centro. Ando con ganas de "gasto espectacular e improductivo", de derrochar solidaridad y despilfarrar lo que podamos. Releer a Tonkonoff y volver a pensarnos. Haciendo lo que se nos cante con lo poco que ganamos por la ilegalidad del trabajo que no nos pagan bien. Habrá que "aguantar los trapos", o tirar organizadamente las toscas hacia algún lado para mostrar que acá estamos. Avivándonos para no creer en la moral de los amos.

⁷ Me gusta usar esta expresión de la traducción de Göran Therborn (2015)

Bibliografía

- Castel, R.: *Las metamorfosis de la cuestión social: Una crónica del salariado*, Paidós: Buenos Aires, 2006.
- Chaves, M.: “La ciudad como lienzo de las culturas”, en: Quevedo, A. (comp.): *La cultura argentina hoy. Tendencias*, OSDE-Siglo XXI: Buenos Aires, 2015.
- Delgado Ruiz, M.: “Estética e infamia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes urbanos”, en: Feixa, Costa y Pallarés (eds.): *Movimientos juveniles en la Península Ibérica*, Ariel: Barcelona, 2002.
- García Canclini, N.: “El consumo sirve para pensar”, en: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo: México, 1995.
- Hall, S. et al.: “Subcultura, culturas y clase”, en: Hall, S. y Jefferson, T. (eds.): *Resistencia a través de rituales. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de la posguerra*, La Plata: Observatorio de Jóvenes, comunicación y medios: La Plata, 2010.
- Jaimés, D.: *Periferia*, Edición de autor: Buenos Aires, 2007.
- Juventudes OTRAS: *Malandros. Identidad, poder y seguridad*, Fundación Tiuna El Fuerte: Caracas, 2010.
- Llobet, V.: (2015) “Políticas y violencias en clave generacional en Argentina”, en: Valenzuela, J. M. (2015) *Juvenicidio*, NED: Barcelona, 2015.
- Matza, D.: *Delincuencia y deriva*, Siglo XXI: Buenos Aires, 2014
- Miguez, D.: “Rostros del desorden. Fragmentación social y la nueva cultura delictiva en sectores juveniles”, en: Gayol, S. y Kessler, G. (comp.): *Violencias, delitos y justicias en la Argentina*, Manantial-UNGS: Buenos Aires, 2002.
- Monsivais, C.: “Tú, joven, finge que crees en mis ofrecimientos, y yo, Estado, fingiré que algo te ofrezco”, *Nueva sociedad* 200, 2005, 127-140.
- Ortiz, R.: *Otro territorio (Ensayos sobre el mundo contemporáneo)*, UNQui: Buenos Aires, 1996.
- Proudhon, P. J.: *¿Qué es la propiedad?*, Libros de Anarres: Buenos Aires, 2005.
- Reygadas, L.: *La apropiación: Destejiendo las redes de la desigualdad*, Anthropos: Barcelona, 2008.
- Rodríguez Alzueta, E.: “Introducción: elefantes en el bazar” y “Consumo y delito: si no hay futuro hay joda”, en: Rodríguez Alzueta, E. (comp.): *Hacer bardo. Provocaciones, resistencias y derivas de jóvenes urbanos*, Malisia: La Plata, 2016.
- Rodríguez Alzueta, E.: *Temor y control. La gestión de la inseguridad como forma de gobierno*, Futuro anterior: Buenos Aires, 2014.
- Silba, M.: “Vidas Plebeyas: masculinidades, resistencias y aguante entre varones jóvenes pobres del Conurbano”, *Papeles de Trabajo*, Año 6, N° 10, 2012, 160-176.
- Silba, M.: “Mujeres jóvenes y transgresoras. Roles de género, domesticidad y aguante en el Conurbano Bonaerense”, *Revista Ciencias Sociales*, 2014, 76-81.
- Therborn, G.: *Los campos de exterminio de la desigualdad*, FCE: Buenos Aires, 2015.
- Tonkonoff, S.: “Tres movimientos para explicar por qué los pibes chorros visten ropas deportivas”, en: AAVV: *La sociología ahora*, Siglo XXI: Buenos Aires, 2007.
- Tonkonoff, S.: “Juventud, exclusión y delito. Notas para la reconstrucción de un problema”, *Alegatos*, 65, 2007, 33-46.
- Uccelli, F. y García Llorens, M.: *Solo zapatillas de marca. Jóvenes limeños y los límites de la inclusión desde el mercado*, Instituto de Estudios Peruanos: Lima, 2016.
- Valenzuela, J. M.: *Juvenicidio. Ayotzinapa y las vidas precarias en América Latina y España*, NED: Barcelona, 2015.
- Wilkie, A.: *Las sospechas del dinero. Moral y economía en la vida popular*, Paidós: Buenos Aires, 2013.
- Pibe chorro* (2016), Largometraje documental. Guión y Dirección: Andrea Testa. Disponible en: <https://vimeo.com/136126589>.

Cultura de consumo, juventud, delincuencia

(Acerca de los Pibes Chorros y otros fantasmas)

Sergio Tonkonoff

Universidad de Buenos Aires

Lo que sigue es una relectura de “Tres movimientos para explicar por qué los Pibes Chorros visten ropas deportivas” tal como puedo realizarla hoy, y en diálogo con el texto que Mariana Chaves ha tenido la generosidad de escribir a propósito de ese mismo ensayo. Un diálogo que sólo se hará explícito luego de exponer algunos presupuestos fundamentales, pero que atraviesa este escrito de parte a parte, puesto que lo ha inspirado¹. He intentado además desplegar algunas de las ideas implícitas en “Tres movimientos”, y me he permitido agregar algunos desarrollos nuevos que pueden complementarlas. Sobre todo me he ocupado de proponer una caracterización de la sociedad de consumo y espectáculo—es decir, de aquello que creo es el modo de estructuración dominante de la vida social contemporánea. Y he procurado hacerlo en relación con la mito-lógica que rige la cuestión criminal. Tal es el marco, entiendo, en el que es posible situar las prácticas delictivas de los jóvenes populares urbanos y las formaciones (sub)culturales a las que dan lugar.

Un comienzo

He aquí las hipótesis generales: en nuestras sociedades los objetos se estructuran como mensajes de un sistema que merece el nombre de cultura del consumo y el espectáculo; cultura en la cual la juventud y el delincuente son mitos mayores. De allí las hipótesis específicas: los comportamientos delictivos de los jóvenes populares urbanos adquieren su sentido preciso en el marco de estas hipótesis generales. También adquiere sentido la vestimenta que muchos de esos jóvenes portan, dado que ella manifiesta el surgimiento y desarrollo de la subcultura juvenil delictiva que, durante un tiempo, llevó el nombre de Pibes Chorros.

¿Qué es vestirse?

Para desarrollar estas hipótesis comencemos (otra vez) por un tipo de objeto particular, la ropa. Preguntémosnos qué significa vestirse. La respuesta nos mostrará cuán penetrante resulta la intuición de Barthes, según la cual vestirse es “un acto profundamente social instalado en el corazón mismo de la dialéctica de las sociedades”. Sucede que a la pregunta qué significa vestirse, debemos responder que vestirse significa. Es decir, que a la lista de funciones de la ropa reconocidas tradicionalmente—

¹ Agradezco sinceramente a Mariana Chaves por su texto y por la posibilidad de este diálogo. Agradezco también la iniciativa de la revista *Cuestiones Criminales*, poco común en el medio científico y académico argentino. No es una práctica habitual el establecimiento de intercambios escritos en torno a nuestras propias producciones, a pesar de lo evidentemente enriquecedor del caso. Esperamos que ejercicios como éste se diseminen, y las conversaciones, las polémicas, las críticas y los reconocimientos se multipliquen entre nosotros.

protección de la intemperie, ocultación de partes pudendas y adorno—es preciso agregarle todavía otra función, acaso la más fundamental: dar y obtener sentido. Vestirse es una actividad significativa, porque depende de un código socialmente normativo. Ese código es la moda (en tanto sistema de la vestimenta).

Este código se organiza, como todos los demás, según dos ejes: uno de oposiciones y otro de asociaciones. El sentido de la vestimenta, aquello que cada quien entienda y transmita en relación a lo que lleva puesto, y aquello que los demás decodifiquen o lean al respecto, depende de la articulación de ambos ejes—operación que los sujetos del código realizan espontáneamente. Qué prendas uno vista y cómo las combine (asociación), sumado a cuáles son las que uno no vista (oposición), permite decir quién uno es o quiere ser. Habría entonces un “habla vestimentaria” que depende del sistema de la moda tal como se encuentra vigente en determinado tiempo y lugar. Este sistema o código se muestra socialmente normativo toda vez que sanciona lo que cada quien debe usar para significar una identidad (niño, joven o adulto, hetero u homo sexual, por ejemplo), un rol (policía, maestro, empleado, etc.) y una ocasión (formal/informal, habitual/excepcional, etc.). Normativo también puesto que sanciona aquello que no respeta sus dictados como anómalo o anacrónico, demodé.

Lo que se ha dicho del sistema de la vestimenta, puede generalizarse y plantearse para otros sistemas de objetos (los celulares, los autos, las casas), tanto como para la cultura de consumo global que los articula a todos en un horizonte de sentido y de deseo.

Consumo y espectáculo

Los fantasmas de la libertad, la flexibilidad y la diversidad constituyen fundamentos mayores del discurso consumista. Un discurso que insiste en desdeñar las definiciones precisas y las determinaciones estables, que recela de cualquier institución teniéndola por anquilosada y anquilosante, vieja aún antes de nacer. Se dice aquí: cada quien es un mundo, indeterminado, sutil, dinámico, y como tal debe expresarse, sin trabas y sin dilación. ¿Qué proveería esa posibilidad de auténtica expresión y libertad? El mundo del consumo, por supuesto: sus tiempos, sus espacios, sus espectáculos y, sobre todo, sus objetos.

Al mismo tiempo sucede que las prácticas sociales consumistas que estructuran las sociedades y las subjetividades contemporáneas, producen sistemáticamente determinaciones institucionalizadas muy poco flexibles. Definiciones positivas y negativas cuyo carácter taxativo se revela tan pronto se intente contradecirlas o evitarlas. Ellas no se juegan, por supuesto, al nivel de este o aquel objeto, espacio, tiempo disponible en el mercado—a ese nivel todo es una cuestión de elección individual (y de presupuesto). No se juegan incluso en el nivel de los comportamientos sexuales o religiosos, por diversos que sean, puesto que el punto es si permanecen inscriptos y cuánto en el (sobre) código del consumo. El consumo no es tanto la actividad habitual de adquisición mercantil de lo que sea (shopping), como un sistema de creencias y deseos que otorgan un significado general a las cosas del mundo. Sistema

que, en tanto hegemónico, estructura una forma de vida que se presenta como la única digna de ser vivida.

De manera que el consumo no es sólo una práctica específica—la de adquirir y utilizar objetos caracterizados por su obsolescencia programada. Es sobre todo un ordenamiento clasificatorio que teje transversalmente la diversidad del campo social, homogeneizándolo en cierto nivel y en cierto sentido. Es decir, generando modos transversales de intelección, jerarquización e interacción precisas—sentidos comunes. El consumo es, también y al mismo tiempo, una economía de los afectos individuales y colectivos. Es decir, un dispositivo libidinal inter o mejor trans-individual. Dispositivo organizador de las atracciones y los rechazos que rigen la sensibilidad, los gustos, los estados de ánimo de las mayorías a las que constituye como sujetos de sus valores.

Se trata pues de un modo general de valorización hecho carne (subjetivado) y hecho prácticas (ritualizado en la acción y la interacción social). Comporta una lógica, una estética y una moral a partir de las cuales todas las cosas y los seres son entendidos, juzgados y sentidos. El consumo es entonces el nombre de una cultura, la cultura contemporánea.

Esta cultura, como cualquier otra, se sostiene en un conjunto de tesis. Sólo que, en este caso, no se presentan explícitamente como mandamientos y prohibiciones—una diferencia de formaciones culturales anteriores, las teocéntricas por ejemplo. En cambio, nos encontramos con formulaciones seductoras y persuasivas al nivel del mensaje (libertad, flexibilidad, variedad), que tienden a ocultar las conminaciones prescriptivas del meta-mensaje (libertad, flexibilidad, variedad son sólo lo que la cultura de consumo determina como tales). El meta-mensaje más general y decisivo afirmaría esto: consume lo que quiera y como quiera, pero consume. Es decir, ingrese en el registro de las sobre-codificaciones significantes y afectivas hegemónicas, y manténgase dentro de sus parámetros.

Respecto del sentido de estas sobre-codificaciones, no hay forma de perderse. Todo aquí es signo, todo está señalizado. Y ciertamente, no todo da lo mismo. La indeterminación y la libertad se acaban a la hora de señalar estrictamente que es lo verdaderamente bueno, bello y justo para la sociedad del consumo y espectáculo. Propiedad privada y libre-mercado, sin dudas. Pero también extrema desigualdad en la distribución de los bienes materiales y simbólicos, y ostentación de esa desigualdad extrema. De allí la formación de una elite y su preponderante función social en el derroche ostensible y esplendoroso. Esta elite compuesta por ricos y famosos provenientes de diversos orígenes (los negocios, pero también la política, los deportes y los massmedia), obra además como una vanguardia ética y estética de la sociedad de consumo, encarnado sus tendencias y estereotipos positivos.

El lujo y el derroche espectacular en la cima es representado por actividades, actitudes y, sobre todo, por objetos exhibidos. Objetos extremadamente caros y perfectamente inútiles—o si se quiere, netamente irracionales: vestidos millonarios que se usan sólo un día, relojes de oro para quienes no tienen que cumplir horarios, autos híper veloces para ciudades embotelladas. Objetos arquetípicos que funcionan como el vértice del catálogo estratificado de los demás objetos. Esto es, aquellos objetos

accesibles a las mayorías, copias crecientemente degradadas, según se descienda de estrato, del original magnífico de la cumbre. Ese catálogo es también un mapa de las actividades, actitudes y sensibilidades—notablemente restringidas—que caben en la paleta de ofertas vitales disponibles en la cultura del consumo.

Los enemigos

Correlativamente esta cultura, proclamándose inédita por cuanto sería ilimitada e ilimitante, se delimita, como cualquier otra, a través de sus antítesis. Esto es, se define mediante lo que rechaza declarándolo su alteridad radical, su enemigo jurado. Ante todo la pobreza. La sociedad de consumo tolera bastante bien las diferencias sexuales, étnicas y aún las religiosas (aunque esto no es tan claro). Lo que detesta es la pobreza. La pobreza resulta su límite insalvable.

No es que la producción y distribución de objetos de consumo no se haya diversificado penetrando con éxito hasta los nervios más finos de los sectores populares. No es que estos sectores no vean el mundo con los ojos del consumo—aún cuando dispongan de menos recursos que el resto para disfrutarlo. Es que la sociedad de consumo, en tanto sistema de valoraciones encarnadas, (re)produce permanentemente la estigmatización de la pobreza. El consumidor establecido teme y desprecia a los pobres. De hecho, los odia como a una maldición. Aquellos que viven en la pobreza, por su parte, suelen avergonzarse de sí mismos, al tiempo que temen, desprecian y maldicen a otros pobres. En lo alto las elites—paradigma del consumo y encargadas de su espectáculo—brillan derramando luz sobre todo el conjunto, subordinándolo, y hermanándolo en sus desigualdades.

El mito del delincuente

En este contexto el mito del delincuente es un formidable dispositivo de estructuración societal. Y lo es por su capacidad de cohesionar un campo social disperso, de convertirlo en un conjunto estructurado en torno a valores comunes, precisamente mediante la designación de ciertos individuos y/o grupos como delincuentes (anatemas de esos valores). Delincuente es el nombre de aquello que se manda rechazar taxativa y violentamente, por cuanto se lo propone como la suma del mal. Es decir, como aquello que debe ser combatido so pena de desintegración caótica del conjunto social. Delincuente es pues el nombre de una alteridad radical, y designa a aquellos esencialmente distintos a nosotros: otros extremos, a los que es preciso combatir—a muerte. Esto vale para el delincuente tanto como para cualquiera de sus equivalentes funcionales (criminal, violento, terrorista, etc.), y para sus versiones específicas locales (chorro, transa, punga, etc.).

Las operaciones del mito como máquina formadora de lazos comunitarios es bien conocida. Se enarbola tácitamente un valor como sagrado (la propiedad privada, por ejemplo), se postula explícitamente como prohibido su ataque o desacato (no robarás), y se califica como criminal (es decir, absoluta, esencialmente malvado) al transgresor de esa prohibición. Esta estructura permite una dinámica que es propia y característica del mito: siendo que se tiene a la acción prohibida como la manifestación de una esencia

anómala y repudiable, entonces da igual una trasgresión que otra. Quien roba podrá matar y/o violar indistintamente, puesto que todo su ser vive por completo fuera de las leyes del derecho y la moral. Para el mito se "es" criminal o delincuente: antes, durante y después de la acción delictiva—desde siempre y para siempre. De allí la frase pronunciada con naturalidad por una vecina, cuando detuvieron a un adolescente de 14 años por vender marihuana en su barrio: "tan chiquito y ya era narcotraficante".

Desmistificación

¿En qué sentido puede afirmarse que esta representación mítica de la realidad es falsa? Decir que el delincuente es un mito ¿quiere decir que el delito no existe? ¿Significa que no existen individuos que, solos o en grupo, llevan a cabo acciones transgresoras de prohibiciones morales y jurídicas? Ciertamente no puede ser ese el sentido de la desmistificación. Se trata más bien de mostrar, en primer lugar, que nadie es el delincuente del mito. Se trata también de exponer las funciones políticas que el mito del delincuente cumple en las sociedades contemporáneas.

Sucede que a poco que se ponga uno a investigar descubre que son falsos los encadenamientos mito-lógicos que dominan los medios masivos de comunicación y los discursos políticos hegemónicos. Encadenamientos del tipo "si te roban, te matan", "el que vende drogas ilegales es narcotraficante", "el que las consume es adicto", revelan su falsedad y mala fe tan pronto consigamos abordar conceptualmente la cuestión criminal—sobre todo si se trata de conceptos que permiten la crítica de lo dado.

Pero aun sin el apoyo riguroso de esos conceptos, el mito comienza a desdibujarse, si nos acercamos sin tanto miedo a lo que podemos considerar como datos. Veremos entonces que, contrariamente a los postulados del mito, no hay una unidad global de todas las transgresiones existentes en el campo social, y que éstas no se concentran todas en un tipo de actor específico (el joven pobre, por ejemplo). Hay más bien distintos tipos de transgresiones penales y distintos tipos de transgresores que se distribuyen de un modo no homogéneo a través de todas las clases sociales. Y de los individuos que delinquen veremos que, en todas las clases sociales, hay quienes transgreden de modo más bien excepcional alguna ley penal, quienes lo hacen de manera intermitente, y quienes han hecho del delito una actividad sistemática.

Otro rasgo relativamente fácil de constatar, una vez que se han puesto entre paréntesis las compulsiones del mito, es que la mayoría de las personas que cometen delitos—asiduamente o de vez en cuando—responden a atributos que pueden caracterizarse de normales. Es decir, tienen familia, amigos, vecinos, quieren y son queridos, odian y son odiados, trabajaron o trabajan en actividades legales, no suelen padecer desequilibrios mentales, no consumen más alcohol o más drogas que el resto. Descubre uno, en definitiva, que prácticamente nadie es delincuente como el mito lo imagina.

De modo que desde el punto de una primera aproximación desmistificante podríamos afirmar, con razón, que los pibes chorros no existen. Al menos no como nos los han presentado los discursos mediáticos, políticos y penales dominantes desde

comienzos de los años 2000 hasta nuestros días. Es decir, como una actualización y particularización del mito del delincuente: jóvenes pobres, desmesurada y constantemente peligrosos, irremediablemente comprometidos con la violencia y las drogas prohibidas, esencialmente dispuestos de lo que sea—sobre todo a robar y a matar.

Interrogantes

Ahora bien si tal cosa no existe, al menos tres tipos de interrogantes se presentan: 1) cómo dar cuenta de la persistencia del mito del delincuente en sus diversas formas (los pibes chorros han sido sólo una de ellas); si no hay nada cómo esos delincuentes fantásticos que diariamente presentan los discursos dominantes, porqué inmensas mayorías insisten en verlos, sentirlos y temerles; cuál es valor sociológico y político de esa ficción amenazante que gobierna la imaginación y la sensibilidad colectivas; 2) y qué decir de los delitos y las violencias que efectivamente existen? cómo dar cuenta de los diversos comportamientos delictivos que se producen a lo largo del campo social; cómo dar cuenta específicamente de los delitos de los jóvenes populares urbanos—aún cuando éstos no sucedan con la frecuencia y ni el modo que los discursos dominantes anuncian; 3) qué decir de las identidades colectivas e individuales que periódicamente surgen estructuralmente vinculadas a esos comportamientos delictivos (la de los pibes chorros, por ejemplo).

La productividad del mito

Cualquier intento de respuesta a estas preguntas ya no puede apoyarse en simples datos (si hubiera algo así), sino que precisa necesariamente de conceptos. De acuerdo a la perspectiva que intentamos elaborar en ese campo, los dos últimos grupos de interrogantes no pueden comenzar a contestarse sin responder al primero. Y ello porque, en nuestra hipótesis, que el delincuente del mito no exista no quiere decir que el mito mismo carezca de realidad y de eficacia. Que esa realidad y eficacia sean simbólicas no las hace menos reales y eficientes, sobre todo tratándose de realidades que sólo existen simbólicamente. A saber, lo prohibido, lo permitido, lo justo, lo injusto, lo deseable, lo aborrecible, nosotros, ellos, etc. Tales son las realidades que configuran una cultura.

Ahora bien, esas realidades colectivas inmateriales necesitan encarnarse para vivir. Están imposibilitadas para sostenerse (existir) sólo como creencias, deseos y representaciones. Deben materializarse en rituales y prácticas comunes que les den cuerpo visible y palpable. Pero hay algo más. Tampoco pueden existir sin adquirir sentido al interior de un sistema de valores que se define mediante sus opuestos. Por eso una de las principales actividades de cualquier cultura es instituir sus límites decisivos por medio de la (re) producción encarnada de aquello que rechaza.

Se trata sin dudas de una actividad política. Sobre todo en dos de sus instancias principales: la lucha por definición de cuáles serán los valores centrales y, por lo tanto, las jerarquías y las exclusiones del nosotros que así se constituye (momento de la institución); y la lucha por la definición de aquellas acciones y relaciones, tiempos,

espacios, objetos, individuos y grupos que encarnarán tanto esos valores centrales como sus opuestos (momento de la re-producción).

Las prácticas penales son el campo donde se disputa y se lleva a cabo, sobre todo el segundo momento: cumplen en (re) afirmar ciertos valores como buenos, bellos y justos, condenando y castigando públicamente aquello que los vectores culturales que las movilizan postulan como malo, lo aborrecible e injusto. ¿De qué manera lo hacen? De manera ejemplar y selectiva.

Prácticas penales

Una vez postulado lo que se tendrá como prioritariamente repudiable (atentados contra la propiedad privada y la vida individual, por ejemplo), las practicas penales persiguen sobre todo ciertas transgresiones a esos valores (micro-robos callejeros y asesinatos en ocasión de robo), mientras que otras son dejadas sistemáticamente impunes (macro-robos como la evasión fiscal, y muertes por contaminación industrial o minera). Al mismo tiempo, esas acciones se persiguen sobre todo en cierto tipo de actores (jóvenes pobres, en primer lugar) y no en otros (todos los demás). Luego, se castiga fundamentalmente a la población que resulta de ese tamiz. Y se lo hace de manera ejemplar, exhibiéndola públicamente mediante el concurso del sistema de administración de justicia, los medios de comunicación y otras fuerzas sociales.

Las prácticas penales logran con esto un doble cometido: dejar fuera de la visibilidad social una amplia gama de comportamientos conflictivos, y provocar un tipo de encarnación del mito del delincuente en una figura específica. Será esa figura la que orientará los miedos, los odios y las fascinaciones colectivas; la que permitirá la re-afirmación de determinado tipo de valores comunes y el repudio de otros.

En verdad el mito del delincuente presenta en cada coyuntura histórica distintas figuras específicas: el joven delincuente, el narcotraficante, el político corrupto gobiernan, simultánea o sucesivamente, la imaginación contemporánea.

Las prácticas penales en cuestión no deben ser vistas como privativas de las agencias del sistema estatal de administración de justicia (jueces, fiscales, policías, prisiones), sino que incluyen, además y necesariamente, el concurso de las creencias y las pasiones colectivas y sus distintos medios de producción y comunicación. La televisión, los periódicos, las radios, el cine, los sitios de internet, los partidos políticos, las organizaciones religiosas, los sindicatos, las cámaras empresariales, las asambleas vecinales, las multitudes y los públicos, pueden formar, y habitualmente forman, parte de las prácticas penales en las sociedades contemporáneas. De allí su descomunal potencia performativa. Tales prácticas no solo producen versiones específicas del mito del delincuente para la cultura a la que de este modo colaboran en configurar. También las encarnan en individuos y grupos que, identificados con ese guión espectral, se esmeran por representarlo a cabalidad.

Si esto es correcto las prácticas penales son siempre mítico-penales, y los delincuentes son siempre mito-históricos.

A esta categoría pertenecen los pibes chorros, pero también las maras centroamericanas, los narcos mexicanos y brasileños, las gangs estadounidenses. Se

trata de formaciones (sub)culturales que pueden calificarse como mito-históricas en el sentido en que en ellas resulta indiscernible la acción performativa de las prácticas penales (que incluyen siempre al mito del delincuente) y la acción identificatoria de los actores de las transgresiones (en las que asimismo interviene ese mito). Y es que el mito del delincuente vive también en las subculturas delictivas, que lo elaboran a su manera.

Jóvenes populares urbanos

Detengámonos, por fin, en el caso de los jóvenes populares urbanos. Es bastante claro que desde hace muchos años el temor, el odio y la crueldad de las mayorías establecidas los tienen por objetos privilegiados. También es claro que las prácticas penales responden con bastante eficacia a esas preferencias. Mientras los discursos mediáticos y políticos mayoritarios los envuelven en imágenes totalizantes de caos, violencia y peligro absolutos, el sistema de administración de justicia los persigue y encarcela buscando sellar su destino social y personal, procurando ajustarlos a ese ropaje mítico. Estos jóvenes, por su parte, no reciben pasivamente semejante vestido.

Y esto vale tanto para los jóvenes de los sectores populares que llevan adelante prácticas ilegales, como para los que no lo hacen. La sospecha y la estigmatización recaen sobre todos por igual, forman parte estructural de su vida cotidiana. Por ello, todo joven en esa situación se ve obligado a elaborar estrategias para lidiar con los rechazos sociales. De la amplia gama de estrategias posibles interesan los extremos: intentar evadir la estigmatización procurando asimilarse lo mejor posible a la figura de lo joven hegemónico/asumir el estigma y convertirlo en un signo positivo de identidad individual y colectiva.

Esta última estrategia se ha mostrado productiva de diversos comportamientos, estilos de vestimenta, música, formas de hablar y hasta santos. Se trata en cada caso de la cristalización simbólica de imágenes, sentidos, valores y prácticas con los que un movimiento espontáneo de resistencia popular-juvenil ha ido resignificando los estigmas que los denigran. Resignificación que consistió en invertir el signo negativo de la discriminación en un signo positivo de identidad: transformar la vergüenza en orgullo negro—para decirlo con Sartre. En la forma de usar y combinar la ropa, en las palabras y las imágenes inventadas, en las letras de las canciones, se manifiesta esa actividad resistente de inversión del estigma. Tatuarse en el pecho: 100% negro villero (por ejemplo).

Una subcultura juvenil delictiva

En nuestra hipótesis, una parte de este movimiento de resistencia y creatividad popular juvenil llegó a cristalizarse de modo particular en la formación subcultural que durante un tiempo fue llamada Pibes Chorros. Su particularidad reside en encontrarse vinculada a un tipo de micro-delito específico: el robo a mano armada. Afirmar esto no implica suscribir necesariamente a los imperativos estigmatizantes del mito. Ignorarlo implica, en cambio, perder de vista por completo aquello de lo que se pretende dar cuenta. A saber: qué son los pibes chorros, si es que son algo, y cómo explicar los

comportamientos micro-delictivos de los jóvenes populares urbanos que los llevan adelante—no los imaginados, sino los ocurridos.

Ser y no ser: el fantasma como forma de vida de la (sub) cultura

Respecto de la primera cuestión, afirmamos entonces que Pibes Chorros es el nombre provisorio de una subcultura popular juvenil y urbana efectivamente existente. Subcultura nacida probablemente durante la década de 1990 y activa hasta hoy—más allá del nombre que se le asigne, si se le asigna alguno. Se trata de una subcultura hecha, como cualquier otra, con retazos o partes de sistemas culturales diversos. Retazos recompuestos y resignificados que dan lugar a configuraciones originales: nuevos valores, códigos, comportamientos y estilos—nuevas identidades—que constituyen el ser de esa subcultura.

Ese ser es ciertamente fantasmal: existe y no existe a la vez. Pero esto no es un rasgo privativo de esta formación específica, sino una característica general de cualquier cultura—sea dominante o subalterna. El modo de existencia de los Pibes Chorros es virtual, como el de cualquier artefacto cultural identitario. La argentinidad, la globalización, el peronismo, el neoliberalismo, son fantasmas en el sentido que su modo de existencia es inmaterial y elusivo. Sus efectos, sin embargo, resultan materiales y ciertamente definidos. Se trata en cada caso de formaciones culturales que, ritualizadas en las prácticas sociales, producen grupos (identidades colectivas) y subjetivan individuos (configuraciones identitarias singulares).

De allí que nadie, ningún individuo empírico sea "pibe chorro". Pero de la misma manera que ningún individuo empírico es "argentino" o "cristiano". En el sentido en que la nacionalidad, la religión y las (sub)culturas son formaciones colectivas, no atributos individuales. De allí que nadie sea sólo pibe chorro y nadie lo es de la misma manera—y lo mismo pasa con el cristianismo y la argentinidad. Pibe chorro es, dicho sea de nuevo, el nombre de una subcultura y no la propiedad esencial de una persona. Por eso es falso lo que el mito se empeña en afirmar. A saber, que los fantasmas no existen, que los delincuentes "son" delincuentes (pibes chorros, narcos, etc.). Pero una vez despejada la bruma mítica, tampoco sirve de mucho decir que los jóvenes que delinquen, además de hacer eso hacen otras cosas. Sobre todo cuando lo que se trata es de intentar explicar por qué hacen eso específicamente, aunque no sea lo único que hagan.

Una respuesta posible al respecto es que una subcultura juvenil delictiva—esto es, un modo de hacer, sentir y pensar colectivo, con sus símbolos y sus prácticas distintivas—se encuentra disponible en el espacio-sociocultural que habitan. Subcultura que se propone como modelo de identificación (representacional y afectiva) orientando algunos de los comportamientos y produciendo algunos de los rasgos identitarios de quienes, en efecto, se identifican con ella. Esta constelación subcultural ha sido producida por la actividad juvenil de resignificación de los diversos afluentes culturales que les sirven de material y de sustrato. Pero también por el concurso de los medios de comunicación, los partidos políticos, los jueces, los fiscales, los policías y las prisiones.

Se ha fabricado de este modo una nueva identidad colectiva, con la que los jóvenes de los sectores populares (y de otros sectores) pueden identificarse en mayor o menor medida. Y efectivamente así sucede: habrá quienes sólo vistan la ropa de esa moda subcultural, quienes además porten sus tatuajes, y quienes también ejerciten el robo a mano armada—y entre estos, quienes lo hagan de vez en cuando y quienes lo practiquen sistemáticamente. También seguramente habrá quienes delincan sin ser interpelados significativamente por esta referencia subcultural.

De lo que se ha tratado en el ensayo reseñado no es de identificar a este o aquel joven o grupo de jóvenes con el robo como su actividad excluyente y su identidad totalizante—ese es el trabajo de las prácticas penales. El objetivo de aquel texto, y de éste, es ante todo caracterizar una formación subcultural que orienta prácticas concretas en quienes delinquen (pero también en quienes no lo hacen). Y de hacerlo en el entendimiento de que no hace falta abandonar los criterios básicos de las ciencias sociales—la generalización es uno, la abstracción es otro—para tener una posición políticamente crítica. Más bien lo contrario.

Tres movimientos

En ese intento hemos postulado que esa subcultura juvenil se encuentra ubicada en la intersección entre la cultura global de consumo (sobre todo a través de su figura de lo joven hegemónico), la cultura popular urbana (que para los jóvenes pobres es la cultura parental), y la cultura de los delincuentes profesionales (los chorros). O más bien, postulamos que se trata de una subcultura productiva de esa intersección. Hemos intentado mostrar cómo algunos de los sentidos principales de esos tres vectores culturales han sido reconfigurados de modo singular en y por esta subcultura, y cómo estas reconfiguraciones se expresan, por ejemplo, en un modo de vestir. Estilo singular compuesto como un bricolaje, no de materiales, sino de representaciones, creencias y deseos. Bricolaje de sentidos heterogéneos en algunos aspectos, y concordantes en otros, cuya articulación ha generado entre otras cosas un atuendo hiperbólico: ropa deportiva holgada, gorra con visera y zapatillas costosas usadas con los cordones desatados.

Sucede que del mismo modo que el pachuco, el hipismo y el punk, esta subcultura juvenil tiene sus rasgos vestimentales distintivos. Y los tiene porque, si Barthes está en lo cierto, vestirse significa—especialmente en nuestras sociedades de consumo y espectáculo, donde vestirse significa mucho. Hay pues un “uniforme” de pibe chorro, creado por el movimiento subcultural en cuestión. Por supuesto, una vez creado cualquiera puede vestirlo. El estilo pibe chorro se convirtió efectivamente en una moda, y se difundió ampliamente entre los jóvenes, fueran o no pobres, estuvieran ligados a actividades micro-delictivas o no. Es posible decir, como sostiene Mariana Chaves, que “ni la ropa les dejaron”. La moda Pibe Chorro se convirtió también un objeto de consumo. Ello no quita que esa forma de vestir haya sido producida por una subcultura que se distingue no sólo por su condición juvenil y popular, sino también por su carácter delictivo. Desconocer o minimizar eso sería como querer dejarla también sin el “caño”. Es decir, aquello que constituye la suma de su orgullo negro.

Rebelión y Moral del amo

Como sabemos al menos desde Hobbes hasta Weber, uno de los rasgos principales de los Estados modernos radica en su aspiración al monopolio de la violencia. Las fuerzas públicas estatales reivindican exclusivamente para sí el ejercicio legítimo de la fuerza física con el objeto de defender el ordenamiento social vigente—en nuestro caso, la sociedad de consumo y espectáculo, sus elites y sus mayorías de consumidores legítimos. Por eso vale la pena intentar reconstruir el *dictum* fantasmático que organiza esta sociedad, y que sus agencias de seguridad (y algunos vecinos) defienden con las armas. Al parecer resulta como sigue: consumir es ser; cuanto más prestigioso el consumo, más real el ser; quien no consume no es. Ahora bien, sólo pueden consumir quienes tengan medios legítimos para hacerlo (esto incluye medios ilegales, siempre que estén legitimados: evasión fiscal, fuga de divisas, sobrefacturación en contratos con el Estado, etc.).

Ante este estado de cosas, la práctica popular juvenil de robo a mano armada resulta un conato de rebeldía. Una práctica que parece no admitir que el valor más alto compartido (el consumo) se proponga como universalmente accesible y que, al mismo tiempo, sea negado a algunos por su condición social. Una que no acepta pacíficamente la exclusión redoblada de oprobio que la pobreza comporta en nuestras sociedades del derroche. Por eso puede ser vista como una reacción violenta a las violencias simbólicas y físicas padecidas cotidiana y estructuralmente por quienes la llevan adelante.

Es digno de notar que son estas acciones prohibidas (el micro-robo de los jóvenes pobres) y no otras (los macro-fraudes empresariales), las que producen un efecto de dislocación relevante en la estructuración societal y cultural actual. Sucede que a estos jóvenes se les había otorgado un lugar preciso. Sea como trabajadores precarizados y mal remunerados, sea como desempleados, debían permanecer en su localidad. Una localidad que no sólo es geográfica (los márgenes de los conglomerados urbanos), sino ante todo simbólica. Su lugar asignado es la pobreza subordinada y obediente, respetuosa de las jerarquías sociales que los desprecian. Por eso puede afirmarse que, en tanto transgresores de la ley, estos jóvenes son pobres des-localizados. No es que no tengan lugar, sino que están fuera de lugar, y se buscará castigarlos por eso. Ellos sin duda lo saben, pero sin embargo se arrojan al vértigo de la insubordinación delictiva. Visten ahora, a su manera, las ropas míticas del delincuente, y se colocan a sí mismos en otro lugar—o, si se quiere, en un no-lugar. Aquel que los aleja de las mayorías mansamente respetuosas y los acerca la rebelión.

La moral que proyecta este gesto puede llamarse moral del amo. El amo en cuestión es un amo hobbesiano (el de la soberanía por adquisición) o hegeliano (el de la lucha a muerte por el puro prestigio). Pero no se trata sólo un artefacto filosófico. Se trata de un mitologema que atraviesa los registros culturales más diversos. Miles de leyendas, cuentos, canciones, poemas y películas cantan la gesta de aquellos que se presentan como dueños a cualquier precio de su destino. Héroe y heroína que se proponen como condiciones incondicionadas, arriesgando su vida (y la de otros) en ese ejercicio. Los principios de esta moral heroica envisten con centralidad cualquier cultura o

subcultura directamente vinculada con la violencia: desde las bandas de ladrones profesionales y los carteles de narcotráfico a las pandillas juveniles callejeras, pero también desde las fuerzas policiales hasta las tropas militares, y desde las guerrillas revolucionarias hasta los escuadrones paramilitares.

Amo es quien posee o quien recupera el derecho soberano a todas las cosas—incluida la violencia física—para perseverar en su ser. O, en el caso de los jóvenes populares que nos ocupan, para ser como dice la cultura del consumo y el espectáculo que hay que ser. He allí lo trágico de las practicas populares juveniles del robo a mano armada, y de las formaciones subculturales relacionadas con ella. Porque, si rebelde es quien rechaza no sólo la exclusión a la que se ve sometido, sino también los valores que promueven esa exclusión, entonces allí termina la proximidad de los delitos juveniles (y adultos) con la rebelión. Y también esto es visible en la ropa.

Estos jóvenes no visten uniformes guerrilleros, sino zapatillas importadas. Con todo, no las visten como todo el mundo. Las acompañan de prendas deportivas (afines al juego y a la velocidad) pero muy holgadas (afines a la portación disimulada y a la vez ostensible de armas de fuego). Las usan, además, con los cordones desatados (no son para trabajar, ni para hacer deportes). El resultado es un atuendo paradójico que en lugar de ocultar la actividad delictiva, la exhibe. Tal vez porque aquí, como en todas partes, se trata de ser más que de robar.

Las trampas del consumo

Una sospecha es la idea que uno se hace de alguna cosa, basándose en indicios. Se leen ciertas señales, ambiguas, no muy claras —puesto que si fueran claras se tendría una certeza. Y se las lee, necesariamente, dentro de un marco de intelección que es el propio (o que se hace propio). De manera que la sospecha puede decir algo acertado de la realidad de la que desconfía, o equivocarse. Lo que seguro es que habla de los presupuestos de quien se entrega a ese ejercicio de la conjetura.

Mariana Chaves sospecha que el texto “Tres Movimientos...” está próximo a—o es ambiguo respecto de—la condena del consumo de los sectores populares. Llama con toda precisión “moralismo meritocrático” a esta modalidad discurso dominante. Ese moralismo se escandaliza de los gastos de quienes, poseyendo escasos recursos, no se limitan a lo estrictamente necesario para su reproducción biológica. Afirma que quien poco tiene debería gastar poco, y si le sobrara algo debería ahorrarlo. Cualquier otro comportamiento sería irracional. Sólo quien tiene de sobra, puede gastar en consumos superfluos respecto de la supervivencia inmediata. Y quien tiene de más, nos dice, lo tiene porque ha acumulado, racional y precavidamente, el producto de su trabajo.

Luego de parafrasear este discurso, Mariana Chaves propone abandonar el par acumulación/gasto para pensar los problemas que quiere pensar el texto reseñado. Dice amablemente: “puede tal vez servirnos más no oponer acumulación a gasto”, y agrega con hermosa exactitud, “ese siempre ha sido el caballito de batalla de los que ya habían acumulado”.

Esta moral meritocrática, ampliamente difundida en las clases medias, es legitimante de la desigualdad por cuanto afirma que quien es pobre lo es por su conducta irracional,

más ligada al gasto que al trabajo. Y sugiere, por contraste, que quien no es pobre lo debe a su comportamiento racional y laborioso exclusivamente. Promueve, al mismo tiempo, la estigmatización de la pobreza como cede del despilfarro y la pereza. También del peligro. Alega, por eso, que cualquier consumo popular es ilegítimo y probablemente ilegal.

Ahora bien, resulta necesario completar esta descripción de aquello que la moralina meritocrática afirma, con aquello que oculta. A saber, que toda la sociedad de consumo se sostiene sobre la base del gasto irracional generalizado. Esto implica, por supuesto, que el gasto irracional es mucho mayor conforme se avanza de la base de la pirámide social hacia su vértice. Pero implica además que ese tipo de gasto funciona como una fuerza transversal (esto es, trans-clase) de doble efecto: al mismo tiempo que asocia a los diversos sectores sociales en el consumo, los diferencia—no sólo por estilos, sino también por estratos.

El gasto irracional—que actualmente pone en juego la supervivencia de la especie humana completa—no es patrimonio de un sector social (los sectores populares). Pero tampoco es un defecto a corregir en los comportamientos del consumo. El lujo, el derroche, el despilfarro son el corazón de la cultura dominante contemporánea. Todos gastamos lo que no tenemos en lo que no nos hace falta, y además lo exhibimos: tal es uno de los principios organizadores de la sociedad actual. Esta sociedad no es sin sus gastos superfluos, ostentatorios y demenciales. Tales gastos se registran, según su debida escala, a lo largo de todo el conjunto.

Pero además, el discurso meritocrático oculta que la sociedad de consumo y espectáculo actual no es sin sus pobres. La exclusión social no sólo resulta una condición estructural del capitalismo mundial integrado, también pertenece a la lógica intrínseca del consumo como cultura. Aquí la pobreza es necesaria como valorizador negativo: concurre a construir, por oposición, identidades sociales prestigiosas. Es necesaria también como amenaza: su presencia angustiante y rechazada conmina a los consumidores legítimos a obedecer las reglas vigentes. Es útil, finalmente, como estimulante cruel: el consumo se goza más y mejor ante la vista de los que se encuentran, en mayor o menor medida, privados de él.

Por todo esto el consumo de la sociedad de consumo es una trampa sociológica y una trampa política a la vez. Se propone como de acceso universal, al tiempo que su economía simbólica y libidinal sólo puede funcionar sobre la base de exclusiones estructurales—y estructurantes.

En consecuencia promover la equidad general y la integración social de los sectores desfavorecidos a través del consumo es promover aquello que se quiere combatir (la desigualdad y la estigmatización). Es cierto que, como quiere entre otros Canclini, el consumo integra y diferencia a la vez. Allí reside su enorme fuerza, su formidable capacidad de hacer sociedad—al punto, agregaría, de haberse convertido en un modo dominante de producción de conjuntos societales. Es cierto también que los distintos sectores sociales establecen pujas tanto distributivas como de sentido e identitarias en el campo del consumo. La subcultura de los pibes chorros es sólo un ejemplo más en ese respecto.

Con todo, si la caracterización anterior es correcta, no serían dos sino tres los movimientos estructurales del consumo como lógica social: la integración y la diferenciación son tan constituyentes aquí como la exclusión. De modo que las luchas que en efecto se producen en el interior del campo del consumo (o para entrar a él), más que luchas por el sentido, son luchas en su sentido. Podrán, sin dudas, modificaciones y re-significaciones de los contenidos coyunturalmente hegemónicos, podrán negociar los significados producidos en este marco, pero sólo hasta cierto punto. Quién acepta las reglas de un juego puede permutar sus posiciones, puede variar los contenidos y los aspectos de sus elementos, pero mantiene las reglas. Y esto, para quienes quisieran disminuir las desigualdades económicas, evitar las humillaciones sociales y enriquecer las diferencias culturales, es haber perdido antes de empezar a jugar.

La subcultura de los pibes chorros, y las prácticas micro-delictivas de los jóvenes populares que la acompañan, son expresión casi perfecta de la trampa del consumo. Sus rasgos mayores están marcados por un paradójico conformismo rebelde o una rebelión para la conformidad.

Ciertamente, como señala Mariana Chaves, el dinero conseguido en la práctica del robo puede ser usado para muchas cosas y significado de muchos modos. Menciona, por ejemplo, el dinero “donado, el militado, el cuidado, el sacrificado, el prestado y todas las otras formas que pudiéramos encontrar si se investigara el tema”. Es difícil no estar de acuerdo con esto. Sólo resta señalar que aquí, como en todos lados, una porción fundamental del dinero se gasta en la construcción de la propia identidad social e individual en los marcos del consumo. También entre los jóvenes populares urbanos la mayor parte del dinero obtenido—sea del modo que fuera: incursiones delictivas, trabajos precarios, donaciones familiares, prestamos, etc.—es gastado, sobre todo, en consumir lo que hay que consumir. En ese sentido, y en casi todos los demás, no se distinguen del consumidor medio. Su dinero lleva la marca que atraviesa a la sociedad actual de cabo a rabo. Una que dice: compre (ahora) cualquier cosa que los medios de producción y distribución dominantes hayan puesto a su alcance, no son tantos después de todo. Y haciéndolo intégrese a la cultura hegemónica con la alegría y el vértigo que dan ser parte de las mayorías excluyentes.

Tal vez lo verdaderamente diferencial de los Pibes Chorros sea la parábola trágica que su comportamiento delictivo describe. Una que consiste en cuestionar violentamente los medios de la sociedad dominante y en amar no menos violentamente sus fines. Si lo trágico de esta contradicción se consuma es porque, en este caso, no es posible que vuelva por la ventana lo que ha salido por la puerta. Las prácticas penales cumplen con re-asegurar la expulsión primera. Y haciéndolo descubren cabalmente el modo de re-producción de la sociedad de consumo: el ingreso cultural, ideológico y fantasmático está abierto a todos, pero una parte del todo será excluida necesariamente. Esa parte querrá regresar (puesto que comparte los valores que la han excluido), pero se la criminalizará por ello—es decir, se redoblará la exclusión. Y de paso se obtendrán de esa manera unos enemigos fantásticos para combatir convenientemente. Porque la sociedad de consumo tampoco es sin sus delincuentes. Éstos le resultan

imprescindibles para reafirmar sus valores y reproducir sus cohesiones jerárquicas, sus temores y sus esperanzas. De allí que aún cuando los excluidos no regresen se los saldrá a buscar para mitologizarlos.

¿Más allá del consumo?

Es esa dinámica necesariamente excluyente y criminalizante del consumo lo que, a veces, no se tiene suficientemente en cuenta en la polémica con la moral meritocrática. Desconociendo o subestimando esa dinámica se comparte el punto ciego de la moral que se critica. Y con esto no sólo se producen descripciones sociológicamente incompletas, también se corre el riesgo de promover posiciones funcionales a la reproducción de lo que se dice rechazar. Lo mismo puede afirmarse de las perspectivas neo-keynesianas cuyas políticas sin duda consiguen, cuando imperan, sensibles mejorías en la vida de los sectores populares. Con todo, no logran prosperar tal vez debido tanto a la fuerza de los poderes neoliberales que las combaten, como al peso de las propias aporías económicas (capitalismo estatista) y culturales (consumo para todxs).

En cualquier caso, cuando una posición no cuadra en el marco de ninguna de estas valoraciones, tal vez podamos otorgarle el beneficio de la duda en lugar del castigo de la sospecha.

No sabemos qué formas de vida podrá haber más allá del consumo—así de hegemónica es esta cultura. Pero los gestos de rechazo son bienvenidos. Sobre todo si no caben en la economía del sentido y del deseo que nos subyuga a todos por igual. Sobre todo si rechaza el consumismo en todas sus versiones (neoliberal, keynesiano o progresista). Bienvenidos aún cuando no sepan todavía qué forma tendrán las alternativas. Un poco al modo de la mujer del poema "Voy a tratar de ser preciso" de Walter Lezcano. Esa que, atrapada en las alternativas de su cotidianidad patriarcal con escasos recursos económicos, decidió, súbitamente, romper el marco².

² Es posible escuchar el poema aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=OJ8chAjzOVw>

Aquí la transcripción:

"Voy a tratar de ser preciso/ porque es importante para este poema /y para la vida también.

Mi vieja estaba cocinando pastel de papa. / Me acuerdo del olor de la cebolla dorándose en una sartén / y de que en otra olla tenía las papas hirviendo. / Sobre la mesada había una bolsa con carne picada / y media docenas de huevos colorados envueltos /en una hoja de diario.

Todo eso lo habíamos comprado en un mercadito /de la esquina de casa. / Lo atendía don Alfonso / que era una de las personas más buenas y gordas /que conocí en mi vida.

Eso fue cuando vivíamos en Morón / en la casa del papá de mi hermana. / Vivíamos ocho personas en esa casa / pero en ese momento estábamos solo mi mamá y yo. / Ella era la única con la que me llevaba bien. / Fue un martes a la tarde, / cerca de las 8 de la noche.

Cocinaba siempre a esa hora / porque a las 9 venía el papá de mi hermana y quería la comida

/lista y servida. / Sino pintaba BARDO.

La vi poner la carne picada y morrón /y condimentos en el sartén/ agarrar la cuchara de madera y revolver. / Después agarró el colador y lo puso en la piletita de la mesada. / Agarró los huevos, me dijo. / Le hice caso, / puse los huevos en la mesa. / Mamá mientras tanto agarró el pisa papa

/y se puso a hacer puré. / El humo le daba en la cara. / Y como yo no tenía nada más que hacer

/que mirar los huevos envueltos / los saqué de su envoltorio para leer la página del diario. / Era una hoja de la sección Cultura del Clarín.

¿Qué año era? / Yo tenía 7, / Así que era el '86. / Fue después del mundial.

Me detuve en un pequeño recuadro debajo de todo, / chiquito, / unos siete u ocho renglones.

Hablaba de un tal Raskolnicov / el protagonista de una tal Crimen y castigo / que lo había escrito un tal Dostoievski / y de que el chabón separaba a la gente en dos clases: Ordinaria y Extraordinaria.

Me quedé pensando en eso. / Y de golpe me dieron ganas de leer ese libro. / Era la primera vez que me sucedía algo por el estilo. / Ya nunca más me abandonaría ese deseo de leer, / esa novela o cualquier cosa. / Pero leer.

La cosa no terminó ahí: / mientras yo releía esos siete u ocho renglones / los huevos empezaron a caerse de a uno al piso. / Tuve miedo por la reacción de mi mamá. / Era tarde, el mercadito de don Alfonso ya estaba cerrado, / dentro de poco vendría el papá de mi hermana / /con ganas de comer. / La palabra BARDO se me aparecía /por todas las paredes sin revocar.

Mamá se dio vuelta, / miró ese arroyo amarillo, / después me miró a mí y dijo:

Walter, nos tenemos que ir de acá, / me quiero separar".