



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARIA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Marginalidad e identidades. Representaciones en la prensa argentina

Año
2018

Autor
Gastaldi, Sebastián Matías

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Gastaldi, S. M. (2018). *Marginalidad e identidades. Representaciones en la prensa argentina*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

XX° Congreso de REDCOM
Iº Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM.
“Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales”.

Marginalidad e identidades. Representaciones en la prensa argentina¹

Sebastián Matías Gastaldi²

¹ Trabajo enmarcado en el equipo de investigación titulado “En los márgenes: sujetos, discursos y políticas de vida en la contemporaneidad”. SECyT, UNC.

² Lic. en Comunicación Social. Doctorando en Semiótica, FCS-CEA-UNC. Docente en la Cátedra Semiótica de la FCC - UNC.

Introducción

Las fronteras permeables de las diferentes zonas de producción discursiva de una sociedad, sociedad que se objetiva en sus textos, nos permitirá dar cuenta de ciertas dominancias interdiscursivas que nos aproximan a identificar ciertos aspectos de una hegemonía discursiva que regula lo decible y lo pensable en nuestra época, que establece los límites de lo legitimado y aceptable.

El objetivo del presente trabajo es indagar algunas zonas del discurso social argentino contemporáneo desde la tematización de la marginalidad. Es decir, desde el repertorio de temas que nos hablan de lo marginal, reconstruir *una visión de mundo*. Dar cuenta de la organización paradigmática que configura determinadas identidades representadas desde un conjunto de presupuestos, predicados, valorizaciones, etc.

Nuestro marco teórico metodológico es deudor de los desarrollos sociopragmáticos (Marc Angenot) y de una sociosemiótica (Eliseo Verón).

Sobre las funciones del discurso social e identidades

El discurso social representa la realidad tanto como la *produce*. Lo que una sociedad dice de sí misma y del mundo, siguiendo a Robert Fossaert (1983), es su discurso social. Éste, se presenta como una unidad relativa y homogénea de palabras, de imágenes, de rituales, gestos, etc.

Asimismo, “Esta producción de la sociedad como un *todo* visible sigue siendo dialécticamente compatible con las identidades, las distinciones, las jerarquías, los prestigios que los diferentes discursos legitiman. (...) Separa a los hombres según su grado de sostificación cultural y les procura ‘identidades’ cuasi totémicas.” (Angenot; 2010:64)

En términos de Angenot, “La función más importante de los discursos sociales, afín de su monopolio de la representación, es producir y fijar legitimidades, validaciones (...) Sin embargo, desde un punto de vista inverso, los discursos no constituyen la totalidad de la reproducción social. La sociedad no produce obreros agrícolas, amas de casa, ni siquiera pequeños burgueses intelectuales, con palabras y discursos. Se trata de restricciones económicas y también de semantizaciones primarias inscriptas en cuerpo del hombre social, que interioriza en *habitus*, disposiciones y gustos, el medio, lo práctico inerte y el destino ‘objetivo’. Las palabras y los discursos no tienen nada que ver en esto, y su eficacia ulterior y sus influencias están determinadas por las primeras disposiciones, que hacen que cada discurso encuentre ‘naturalmente’, su destinatario predispuesto”. (Angenot, M; 2010:66).

Es decir, en torno a los destinatarios, el discurso social no solamente produce objetos sino que instituye a destinatarios de esos objetos, identificándolos: “ (...) no sólo objetos para sujetos, sino también sujetos para esos objetos” (Angenot, M; 2010:82).

Marginalidad/es y hegemonía discursiva

Siguiendo a Sandra Savoini, quien retoma a M. Foucault y F. Victoriano, la lógica de funcionamiento de la hegemonía conlleva la producción incesante de enunciados y visibilidades canónicas, “normalidades”, que en relación a los sujetos a/de ese ordenamiento implica operaciones de inclusión y asimismo la producción social de lo excluido: “La marginalidad es así una producción de sentido definida por juegos de poder, en tanto dispositivos que articulan segregación (apartan, sacan afuera, abandonan) e inclusión (mediante el control y la administración de lo aceptable/lo legítimo): una *exclusión inclusiva*, contingente en relación a las formas que asume, pero a la vez necesaria para el funcionamiento del sistema” (Savoini, S; 2018)

En este sentido, comprendemos la hegemonía como ese mecanismo regulador del discurso social, como el conjunto de repertorios tópicos, reglas que le dan a las

entidades discursivas posiciones de influencia y prestigio a partir de narrativas, relatos y argumentos que contribuye a su aceptabilidad social.

Por lo tanto, los procesos de marginalidad, donde se inscriben determinadas identidades, pueden entenderse en una primera mirada en el juego discursivo entre *centro/periferia*. Asimismo, los nuevos modos de marginalidad complejizan este juego dialéctico haciendo dinámica las posiciones de inclusión y exclusión que ocupan los sujetos en distintas instancias discursivas. Respondiendo de esta manera a las estrategias del discurso donde se visibilizan las identidades.

Aproximaciones analíticas

“Historia inspiradora” es el título que configura ya un marco interpretante, un condicionamiento de las lecturas y un campo posible de efectos.

La narración ejemplificadora cobra cuerpo en el acto que lleva adelante el protagonista.



“(…) pero no pide comida. Pide LIBROS”

Acción que se ha valorado positivamente, porque su pedido son libros (en MAYÚSCULAS), y no comida. La negativa del primer enunciado se refuerza con una previa conjunción gramatical condicionante del siguiente enunciado: **“pero”**. Es decir, no hace aquello que todos esperan que haga. Sorprende porque:

“(…) vive en la calle”

Vivir en la calle presupone aquí, sobre aquél que lo padece, el hábito de pedir comida. Al no responder previsiblemente ante esas condiciones de vida se vuelve noticiable el acontecimiento. El caso particular contiene en su narratividad el acto ejemplar que lo diferencia de aquello que la sociedad ha naturalizado hace mucho tiempo y estigmatiza aún más a los que piden comida. Lo excepcional adquiere la forma en un ‘deber ser’. Es aquello que está bien y debe imitarse:

“Conoce y COMPARTÍ su historia”.

En su lógica espectacular lo noticiable es la novedad sometida a una puesta en escena modalizada como infoentretenimiento. Se le presenta una noticia al espectador desde una elección que, ya de antemano, está resuelta por el protagonista, y se obturan, al mismo tiempo, otras lecturas alternativas que permitan reconocer la problemática de individuos en situación extrema de desamparo.

¿Cuál es el margen entonces que tiene el consumidor de esta mercancía informativa? Según Umberto Eco (1987), *la supervivencia del hombre como seres responsables en la ‘Era de la comunicación’*, está sujeta a una actividad crítica y reflexiva que se materializaría en la recepción del discurso mediático. Elude, así, una batalla por el control de los medios y en consecuencia del mensaje en instancia de su producción, pero no de su reconocimiento.



Pero esa actitud responsable por parte de la sociedad implica, en primer lugar, identificar esa ilusión de libertad que nos domina: “El eslogan de ‘Gran Hermano’, ‘tú decides’, captura perfectamente el modo de control retroactivo que, de acuerdo con Baudrillard, reemplaza las formas centralizadas de control. Como público nuestro único trabajo es ocupar el asiento vacío del poder, enviar nuestras respuestas a través del teléfono y del teclado. El Gran Hermano de la televisión ha superado al de Orwell. Nosotros, el público, nos hemos emancipado de toda forma de control extrínseco; más bien nos encontramos integrados en un circuito de control cuyo único mandato son nuestros deseos y preferencias que vuelven, no como los propios, sino como las preferencias y los deseos del gran Otro”. (Fisher; 2016:82-83)

En segundo lugar, una experiencia de aprendizaje que dote de herramientas a los sujetos (a todos nosotros) para hacer frente a una producción continua de discursos mediáticos. No hablamos de sujetos pasivos en la recepción, discusión ya superada;

sino de la necesidad de activar una lectura crítica de los productos mediáticos envasados, avasallantes en nuestra cultura comunicacional de mercado.

Las fronteras que delimitan y regulan el alcance de estas respuestas, en tanto efectos del discurso (Verón, 1987), hoy pueden reconstruirse a partir de una visión de mundo hegemónica, que cala muy fuerte en las sociedades bajo el régimen neoliberal: La meritocracia.

Es un mérito que alguien quiera leer, práctica que posee legitimidad social. Pero es sólo con aquello que intercambia por leer, lo que termina de otorgarle el verdadero valor. Este relato acepta y destaca el hecho de no pedir comida:

“Un ejemplo para los vagos que los mantienen los planes sociales ja je”.

Dice Mariano Barbieri (2016) “La idea de mérito supo construir explicaciones sobre la pobreza y la riqueza a partir de los talentos individuales, del esfuerzo y del sacrificio, dejando relegada la discusión sobre la línea de largada. La meritocracia acusa al pobre de su pobreza. Este argumento caló hondo en el sentido común y se constituyó en la piedra angular de la reproducción de la desigualdad”. *Cada uno tiene lo que merece.*

No hay ningún merecimiento en tratar, del modo que sea, de cubrir una necesidad básica para subsistir/sobrevivir. Es necesario el sacrificio de no pedir comida para gozar de la aprobación social. Algo que satisfaga la demanda de benefactores de derechos, oportunidades y merecimientos:

“Creo que este muchacho tiene derecho a la ayuda...”.

“(...) hay que darle una oportunidad a este hombre joven, hay que ayudarlo, con seguridad es una gran persona”.

“No toda la gente que vive en la calle es chorra o mala persona, me sacó el sombrero, merece que lo ayuden!”.

Ante los ojos de una comunidad meritocrática el protagonista manifiesta su sacrificio como garantía de cohesión y reproducción de una visión de mundo.

Si el sacrificio permanece como centro de gravitación alrededor del cual giran tanto la comunidad como la sociedad, según Horst Kurnitzky (2004), estamos ante un proceso de domesticación al cual ninguna formación comunitaria puede renunciar. Ese proceso de domesticación se operativiza aquí como solidaridad que empatiza con el otro porque 'lo merece'.

En el orden del sacrificio, podemos también interpretar y poner en relación a lo ya dicho, una noticia que se volvió viral a partir de una Charla TED:

"¿Qué tienen en la cabeza los pobres?", una charla de TEDx a corazón abierto". -LA NACIÓN, Septiembre 2018-

El video, y posteriormente la noticia, dan cuenta de como Mayra Arena, que nació en Villa Caracol, uno de los barrios más marginados de Bahía Blanca, creció en la pobreza.

En primera persona, nos narra diferentes acontecimientos evidenciando los estigmas que caracterizan vivir en la pobreza. Actualmente, Mayra es estudiante de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional de Tres de Febrero

Ahora bien, las narrativas que visibiliza la protagonista escenifica todo un conjunto de predicados atribuidos a ser pobres. Los principales medios de la Argentina recuperan algunos de ellos:

"Rememoró que la pobreza comenzó a percibirla más evidente cuando fue a la escuela, todos tenían útiles y ella iba con los que daba el Estado. "Mis compañeros me veían con una cartuchera del Hombre Araña y una carpeta con motos y me decían que eran cosas de varones", recordó. Después de mentirles que los llevaba porque le encantaban , agarraba de los pelos a quien le hacía ese comentario. "La violencia empieza a ser una forma de vengarse de los demás por todo lo que tienen y vos no. Así incorporamos la idea de que nos tienen respeto porque somos violentos", dijo." - Diario Clarin, Septiembre de 2018-

“Tengo casi todos los estigmas que se pueden tener de pobre: soy hija de madre adolescente, no tengo padre, somos un montón de hermanos, dejé la escuela a los 13 y fui mamá a los 14”, relató. Y contó una anécdota que marcó su infancia: **“En la casa donde nací no había baño, pero conocía baños públicos como el de la escuela. Una tarde una amiguita me invitó a jugar a su casa y, cuando entré al baño, me sorprendí porque tenían dos inodoros. Durante años pensé que el bidet de mi amiga era el inodoro para el pis”.** -TN septiembre de 2018.-

Los presupuestos que se activan en estos discursos configuran las propiedades que se atribuyen a un sujeto marginal, es decir, aquél que crece en la pobreza. En este sentido emergen como lugares comunes la violencia, la falta, la ignorancia como rasgos generalizadores.

Ahora bien, es posible afirmar que el lugar de enunciación desde donde la protagonista narra ahora los acontecimientos no responde a un posicionamiento discursivo de lo marginal.

En este sentido, hay un deslizamiento en la cartografía social que establece lo incluido y lo excluido.

Mayra es estudiante de Ciencias Políticas de la Universidad Nacional de Tres de Febrero y da una charla en TED, es decir, se establece como una enunciativa legitimada.

Este discurso es aceptable y legitimado socialmente porque su lugar de enunciación es otro. Responde a una posición legitimada institucionalmente para dar la Charla TED y nos habla desde un saber. Este nuevo lugar pone de manifiesto también, en términos de los límites de lo aceptable, la idea de sacrificio y esfuerzo como valor dominante de una sociedad meritocrática.

Consideraciones finales

La construcción del sujeto marginal se configura a partir de la lógica inclusión/exclusión. Considerar esta configuración implica poner de manifiesto las relaciones asimétricas que rigen en procesos dialógicos y en relaciones de poder en tanto construcciones identitarias.

Observamos como regularidad de estos discursos, sujetos que se instituyen desde el espacio de exclusión en el sistema que habitan: vivir en la calle y ser pobre.

Si el mercado de los discursos contribuye a producir al sujeto social, lo marginal activa un conjunto de presupuestos que en su narratividad dan cuenta de su posición en una sociedad que es producida discursivamente como una totalidad.

En estas narrativas, se pone de manifiesto la idea mérito y sacrificio, en tanto ideologemas que definen, alteran y redefinen el lugar del sujeto marginal en una economía de los discursos.

Se reproducen un conjunto de lugares comunes a partir de una visión de mundo meritocrática que evidencian lo aceptable y decible desde la contribución mediática de lo noticiable, en un determinado momento histórico, dando cuenta de deslizamientos en la configuración de los sujetos a partir de una hegemonía discursiva determinada.

Referencias

- Angenot, M. (2010) **El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y decible**. Bs. As.: Siglo XXI.
- Barbieri, M. (2016). **Gente como uno** <http://www.lavoz.com.ar/numero-cero/meritocracia-el-significado-social-y-politico-del-merito>
- Eco, U. (1987). **Para una guerrilla semiológica**. Artículo reproducido en el libro de titulado La estrategia de la ilusión, Lumen/de la Flor.
- Fisher, M. (2016). **Realismo capitalista ¿No hay alternativa?**. Caja Negra Editora, Buenos Aires.
- Giménez, F. (2007). **Trivialis: erotismo, pornografía y obscenidad en la mirada fotográfica** <http://lilielphick.blogspot.com/2007/07/erotismo-pornografa-y-obscenidad.html>
- Kurnitzky, H. (2004). **El sacrificio: una constante antropológica** <http://antcritica.tripod.com/id6.html>
- VERÓN, E. (1987) **La semiosis social**. Buenos Aires: Gedisa.