

Jóvenes, memoria y justicia: el caso Cromañón y la comunicación en la era de la precariedad
por Florencia Enghel*, Cecilia Flachsland† y Violeta Rosemberg‡

Introducción

El 30 de diciembre de 2004, en una zona céntrica de la ciudad de Buenos Aires (República Argentina) conocida como Once, murieron 194 jóvenes durante un concierto del grupo de rock Callejeros en el boliche “República Cromañón”. La catástrofe se produjo por la emanación de un gas tóxico que se desprendió de una media sombra que colgaba del techo cuando ésta entró en contacto con el fuego de una candela encendida entre el público.

Tras el dolor causado por estas muertes, sobrevino la perplejidad: esta vez, los jóvenes no habían caído en manos de las fuerzas represivas del Estado directamente¹ sino atrapados en lo que consideraban su propia fiesta. Tanto el grupo musical, cultor de un género conocido como “rock barrial”, como el dueño del boliche, pertenecían a una escena artística que intentaba buscar alternativas –precarias, y por ende en más de un caso fuera de la ley- en una ciudad trazada por la vocación privatista y por una marcada ausencia de políticas de Estado que incluyan a los jóvenes de sectores populares. El 60% de las víctimas provenía del Gran Buenos Aires, el cordón que bordea a la ciudad capital en el que viven sectores humildes de la población.

En esa misma ciudad que los expulsa es donde los familiares y amigos de los jóvenes muertos y los sobrevivientes han establecido su lucha por la justicia y por la memoria.

Con posterioridad a Cromañón, el dolor de la pérdida individual de un hijo, un pariente, un amigo, dio lugar a un movimiento colectivo con características complejas, difíciles de encasillar en las categorías políticas habituales, y con serias dificultades para articular un discurso capaz de conmover al resto de la sociedad.

Mientras la Argentina avanzaba en su recuperación económica luego del quiebre institucional derivado de los sucesos del año 2001², Cromañón puso en evidencia los aspectos más precarizados como consecuencia de la profundización del capitalismo en el país. Según la OIT, en la Argentina de la post crisis, caracterizada por cuatro años de altas tasas de crecimiento y una enérgica reducción de los niveles de pobreza y desocupación, la problemática juvenil y la precariedad laboral ocupan el centro de gravedad de la cuestión social: a partir del 2005, “la tasa de desempleo juvenil

* **Florencia Enghel** es Licenciada en Ciencias Pedagógicas (Universidad de Belgrano, Argentina) y Master en Comunicación para el Desarrollo (Universidad de Malmö, Suecia). Actualmente edita *Glocal Times*, publicación en línea sobre comunicación para el desarrollo de la Universidad de Malmö y se desempeña como consultora para The International Institute for Democracy and Electoral Assistance, donde fuera Directora de Publicaciones entre 2006 y 2008. Como productora de cine, entre 1999 y 2005 desarrolló diversos documentales y largometrajes, y posee experiencia en comunicación participativa. Entre 1996 y 2005 fue asimismo Editora del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. E-mail: florenghel@gmail.com

† **Cecilia Flachsland** es Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Universidad de Buenos Aires, UBA). Entre 1990 y 2004 editó la revista *El Biombo*, publicación sobre rock argentino, y produjo los programas *La agenda del diablo* (radio) y *La Creciente* (TV), ciclo de entrevistas a 30 años del golpe de Estado de 1976 emitido por Ciudad Abierta (canal público de la ciudad de Buenos Aires). Es autora de los libros "Walsh para principiantes" y "Pierre Bourdieu y el capital simbólico" (Ed. Longseller, 2004 y 2003). Es profesora de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA y capacitadora docente en el Centro de Pedagogías de la Anticipación (CEPA). Trabajó en la Escuela Itinerante del Ministerio de Educación de la Nación (2004-2005) y e integra el equipo "Entre el pasado y el futuro" del mismo Ministerio, que trabaja los problemas del pasado argentino reciente. E-mail: cflachsland@gmail.com

‡ **Violeta Rosemberg** estudió periodismo en TEA (Taller Escuela Agencia) y actualmente termina la Carrera de Ciencias Políticas en la Universidad de Buenos Aires (UBA). Ha publicado artículos sobre música y cultura juvenil y fue corresponsal de la revista alemana *Latinoamerika*, publicación sobre la realidad latinoamericana. Integra el equipo del Ministerio de Educación de la Nación “A 30 años del golpe”, que trabaja los problemas del pasado argentino reciente. E-mail: violetarosemberg@gmail.com

(15 a 24 años) tiende a estancarse en alrededor del 25% mientras la tasa de desempleo adulto (25 a 59 años) sigue bajando, de 9,3% a 7%. La tasa de desempleo juvenil pasa de un promedio de 2,9 veces la tasa desempleo adulto, a 3,6 veces.” (OIT, 2007).

Las luchas derivadas de Cromañón tienen lugar en diferentes frentes: el judicial, el político y el comunicacional.

En este artículo analizaremos dos instancias de comunicación desprendidas de esas luchas: el *santuario* que se levantó a metros del lugar donde ocurrió la catástrofe, y una *campana de intervenciones urbanas (graffittis y stencils)* que un grupo de jóvenes sobrevivientes impulsó en diferentes barrios de la ciudad a partir de una convocatoria multiplicada en la web, el espacio virtual al que luego retornó para reproducir las fotos de graffittis y stencils y discutir sobre ellas.

Se trata de prácticas comunicativas que disputan el sentido de lo ocurrido con el discurso mediático, cuyo énfasis estuvo en convertir el dolor en espectáculo, en la demanda de seguridad, y en la estigmatización de los jóvenes como representantes de la anomia. Pero a su vez, se trata de experiencias que están profundamente atravesadas por parte de ese imaginario. Sus protagonistas expresan también una denegación de la política, pero esta denegación –a diferencia de la mediática, orientada a la privatización de la experiencia del mundo y fundada en lógicas mercantiles- es más inquietante. A nuestro modo de ver, invita a preguntarse por las formas que adquieren la vida en común y la comunicación en el mundo contemporáneo, a la vez que pone en evidencia las dificultades crecientes de los jóvenes para accionar formas que no sólo les otorguen cierta visibilidad en el horizonte social, sino que puedan generar además condiciones de existencia dignas.

El teórico italiano Franco Berardi –Bifo (2007)- hace una caracterización de los nuevos modos de la política útil para nuestro análisis de las estrategias comunicacionales surgidas del caso Cromañón: “El diálogo ya no es eficaz y la democracia se convierte en un mito y se ejerce como rito, pero ya no es el lugar de la libre elaboración de un discurso común. El discurso común es producido por los medios, que delimitan el campo de lo visible y lo invisible, y establecen los formatos de la organización narrativa de la sociedad (...) La escena imaginaria está dominada por configuraciones mitológicas. Las mitologías de pertenencia ocupan el campo de la comunicación social y de la identidad colectiva”.

Si, tal como indica la cientista social mexicana Rosanna Reguillo Cruz (2000), al desvanecerse la acción política a partir de mediados de los ochenta los jóvenes en tanto sector subalterno se han vuelto visibles en el terreno de la comunicación y la cultura “traficando sentidos” con la industria cultural, el caso Cromañón nos obliga a una serie de preguntas de difícil respuesta:

- ♣ ¿Qué pasa cuando en el espacio que se pensó como *refugio* frente al control –el rock- sobreviene la muerte?
- ♣ ¿Cuánto había de cambio y cuánto de reproducción –discursiva y social, en tanto ambas operan a nuestro modo de ver en una relación dialéctica- en ese espacio?
- ♣ ¿Qué margen tienen los jóvenes de sectores populares para inventar formas culturales y políticas que aspiren al cambio social en un contexto en el que las relaciones sociales están atravesadas por la precariedad?
- ♣ ¿Qué rol, o roles, le cabe a la comunicación en ese margen? (retomaremos esta pregunta más adelante, para intentar establecer cuánto hay de cambio y cuánto de reproducción en el santuario y la campaña de intervenciones urbanas).

Estas preguntas nos introducen en uno de los nudos problemáticos que instala la nueva realidad de los jóvenes de sectores populares, inmersos en la cultura del pos-trabajo y desamparados de toda protección. Esto es: ¿cómo pensar sus prácticas sin olvidar la precariedad de la que son objeto, pero, a la vez, sin reducirlas a la mera degradación? ¿Cómo detectar su singularidad más allá de que ésta no responda a lo que se espera de ellos? Al decir “lo que se espera de ellos”, nos referimos aquí a

tres representaciones frecuentemente utilizadas en el discurso social sobre los jóvenes, sintetizadas por la socióloga argentina Cecilia Braslavsky (1986): la juventud dorada (los jóvenes son los que traen la renovación), la juventud blanca (los jóvenes son inocentes y puros), y la juventud gris (los jóvenes son apáticos).

Propondremos como telón de fondo de nuestros planteos la discusión que sostuvieron los sociólogos franceses Claude Grignon y Jean-Claude Passeron con su maestro, el también sociólogo francés, Pierre Bourdieu. Mientras que Bourdieu señala la inexistencia de una cultura popular que no sea reflejo degradado o contestación culposa de la cultura legítima, Grignon y Passeron interrogan críticamente esa certeza, y responden: “Si concebimos la cultura de los sectores populares como aquella producción simbólica que sólo contesta o refleja la dominación simbólica ¿no estamos reduciéndola a un epifenómeno de una determinación externa? ¿Y no estamos operando de forma reduccionista al identificar lo popular, lo subalterno y las carencias o límites de la pobreza? ¿Qué sucede con la producción cultural de los sectores populares que no surge de su estado de carencia o limitación y que es, más vale, el resultado de su capacidad creativa? (...) Tal vez la cultura de los sectores populares surja en algún grado de “elecciones” y éstas tengan relevancia y funcionalidad que no son sólo resistenciales: tienen valor político porque no se acomodan al deber ser, pero no surgen de un proyecto de contestación aunque lo ejerzan” (Miguez y Semán, 2006).

Con este telón de fondo, es importante destacar que en los últimos 40 años de la historia argentina el rock estuvo ligado a la vida de los jóvenes, en una primera etapa prioritariamente aquellos de los sectores medios, y desde mediados de los ‘90, los de las clases medias pauperizadas y los sectores más pobres. El rock se convirtió en una práctica comunicacional y cultural fundamental para volverlos visibles: les dio una voz, un espacio, un cuerpo, una estética. Y si desde sus orígenes los conminó a la paradoja de pensar qué significa hablar de rebelión desde la trama misma del poder, desde mediados de los ‘90 en adelante ese desafío se volvió aún más espinoso. La pregunta pasó a ser: ¿qué significa oponerse a un poder que más que disciplinamiento produce abandono? ¿Qué formas de refugio propicia el rock en un contexto de desamparo y precariedad?

En busca de la dimensión comunicacional: el después de Cromañón

Cromañón implica necesariamente volver sobre un tema central al campo comunicacional de América Latina: la tensión entre culturas massmediáticas y culturas populares y subalternas³. En la región, hasta los años ‘70, estudiar críticamente lo masivo -los medios, la comunicación, la cultura de masas- implicaba desentrañar los modos mediante los cuales la ideología dominante penetraba los procesos de comunicación produciendo determinados efectos. El final de la década del ‘60 y los comienzos de la del ‘70 trajeron una toma de conciencia en los mundos intelectuales, periodísticos y artísticos de dos cuestiones: era necesario discutir la comunicación masiva, y encarar políticamente la problemática concreta de un poder privado, monopolizado en escasísimas manos, que trastocaba el imaginario de amplios sectores sociales. Esta teoría crítica, marcada en América Latina por el surgimiento en los ‘70 de la Teoría de la Dependencia⁴, estuvo unida a proyectos políticos que aspiraban a la transformación de la sociedad.

Las dictaduras de mediados de los ‘70, las experiencias democráticas de los ‘80, y el desencanto respecto de éstas durante la década del ‘90 –procesos que marcaron a buena parte de los países del continente- transformaron aquella mirada. El campo de la comunicación y la cultura dejó de concentrarse primordialmente en la instancia de la emisión –en el cuestionamiento de la propiedad de los medios de comunicación- para posar su mirada sobre la recepción. En lugar de *qué hacen los medios con las personas*, la pregunta pasó a ser *qué hacen las personas con los medios*: cómo los sujetos se apropian de lo masivo, cómo inscriben allí su visión del mundo, cómo disputan la representación en pos de un sentido propio⁵. Es decir, se empezó a concebir la cultura y la comunicación no sólo como espacios de manipulación, sino como zonas de conflicto. Se subrayó la

pregunta por las articulaciones entre medios y movimientos sociales, prácticas comunicativas y pluralidad de matrices culturales.

En lo que hace a Cromañón, nuestra pregunta puntual al respecto es: ¿puede la pequeña escala –esto es, lo social como “grupal”, estos jóvenes que de alguna manera se organizan y circulan entre las calles y la web- cobrar visibilidad, generar un entendimiento diferente frente a lo que dice el discurso massmediático?

El rock como práctica comunicacional

Según el antropólogo Jesús Martín-Barbero (nacido en España, pero radicado en Colombia desde 1963), “el valor mercancía no elimina el sentido, lo atrapa y desfigura pero desde allí habla –con lenguaje de sensacionalismo y melodrama- para quien quiera oírlo: un mundo de experiencias y esperanzas que desconocidas por la alta cultura y la política sería un lugar clave de re-conocimiento de las clases populares” (Altamirano, 2002: 49).

El rock, en tanto práctica comunicacional que se mueve entre la conspiración cultural y el diseño mercantil, es uno de los lenguajes con los que habla la mercancía, y por ende una superficie posible para pensar las tensiones entre culturas massmediáticas, populares y subalternas, y las formas en que los jóvenes negocian y expresan dichas tensiones. En la Argentina especialmente, porque el rock nacional ha sido tematizado como un espacio de resistencia a los disciplinamientos impuestos a los jóvenes durante el período del terrorismo de Estado.

El rock como espacio de reconocimiento de los jóvenes de sectores populares disputa la representación de estos enunciada por el discurso mediático, que insiste en los modelos jurídicos y represivos del poder. Dice la investigadora argentina Mariana Chaves: “Tomando la propuesta foucaultiana sostengo que la juventud está signada por el gran NO, es negada (modelo jurídico) o negativizada (modelo represivo), se le niega existencia como sujeto total (en transición, incompleto, ni niño ni adulto) o se negativizan sus prácticas (juventud problema, juventud gris, joven desviado, tribu juvenil, ser rebelde, delincuente)” (Chaves, 2005).

Podríamos decir que, si en el campo de la investigación las culturas populares suelen pensarse como reflejo degradado de una cultura legítima o como pura reproducción, en el campo de los medios masivos, cuando esa cultura está protagonizada por los jóvenes, es directamente negada. Y cuando aparece *porque no queda otra* –en el caso de Cromañón, debido a la gravedad del hecho- los que son negados son sus protagonistas: retratados como víctimas, los jóvenes son negados en tanto sujetos activos con sus propias prácticas políticas y culturales. En el discurso de los medios, las prácticas de los jóvenes carecen de interés y de cobertura.

El rock en la Argentina: de la contracultura al refugio

La importancia que le asignamos al ámbito del rock como vehiculizador de la existencias de los jóvenes pobres o empobrecidos de la Argentina nos obliga a justificar el porqué. Esto es, nos impulsa a historizar su transformación.

El historiador británico Eric Hobsbawm en su *Historia del siglo XX* (2000) sostiene que “los jóvenes son una invención de la posguerra”, momento en que se constituyen como grupo social autónomo. No ya un grupo en tránsito que espera la adultez, sino un colectivo que considera que la plenitud está precisamente en su presente, la propia juventud. Los jóvenes de los ‘60 y ‘70 pretendieron transformar el mundo de diversas formas, y en muchos de los casos lo hicieron al ritmo del rocanrol, una práctica cultural y comunicacional nacida en el seno de la industria cultural que “trafica” sentidos con lo que ésta impone, combinando música, letra y cuerpos en escena.

La vertiente más contracultural de esta práctica interpretó que en la nueva etapa abierta en el capitalismo a mediados de los '70, la lucha ya no pasaba por tomar el poder, sino que la exigencia era intervenir sobre las formas del imaginario social: “poner en circulación flujos delirantes, es decir, capaces de delirar el mensaje dominante del trabajo, del orden, de la disciplina” (Bifo, 2007).

En la Argentina –y más específicamente en sus grandes ciudades- esa música llegó muy tempranamente, a principios de los '60. El fenómeno, que en un principio fue industrial y provenía de los países dominantes, terminó transformándose en una de las tradiciones más potentes de la música popular. Los rockeros argentinos imprimieron al género un color local. Cantaron en castellano, contaron historias propias y probaron cruces con las músicas consideradas “nacionales”, el tango y el folklore.

En la década del '70, mientras muchos jóvenes apostaban a las organizaciones políticas de diverso tenor –e inclusive a la lucha armada- como camino revolucionario, parte de los sectores medios eligió luchar contra los disciplinamientos burgueses desde el rock.⁶

Las canciones rockeras volvieron visibles a esos jóvenes de los sectores medios de la Argentina, que históricamente había tenido una clase media extendida y que la empezaba a perder con la reconversión económica llevada adelante por la dictadura militar, marcada por concentración económica, la desindustrialización, y la pérdida del poder del salario real.

La composición de clase de los jóvenes adscriptos al género, así como de muchos de los músicos que integran las bandas, se modificó a mediados de los '90, cuando el proyecto neoliberal terminó de derrumbar la ilusión –nunca concretada- de la integración social. Los sectores medios se empobrecieron y la brecha entre ricos y pobres se ensanchó. Los sociólogos suelen sintetizar el proceso en una frase: los trabajadores se convirtieron en pobres.

Según la OIT (2007), el dato más preocupante de la realidad argentina actual, que se deriva de tal escenario, es la alta proporción de jóvenes que no sólo no estudia, sino que tampoco trabaja ni busca trabajo. Son 756,000 en el total urbano, de los cuales 427,000 tienen entre 20 y 24 años.

El escenario a partir de los '90 es bien diferente de aquel donde se inauguró la cultura rock. Esta deja de ser una experiencia contracultural para convertirse en un “refugio”, una forma de amparo frente al derrumbe de las protecciones sociales. Los jóvenes de sectores pobres que se conmovían con el rock ya no tienen de qué disciplinas desmarcarse, tienden a fracasar en el sistema escolar y no logran insertarse en el mundo laboral.

Estas nuevas condiciones generaron el fenómeno conocido con el nombre de “rock barrial” o “rock chabón”. Su principal característica está vinculada al componente de clase. Por primera vez, en la Argentina los sectores populares ingresan masivamente al rock. El sociólogo argentino Pablo Semán señala otros de sus atributos:

- ♣ es un fenómeno de la escucha, importa cómo se leen las letras más que las letras mismas,
- ♣ la actividad del público es tanto o más importante que la de la banda,
- ♣ es contestatario pero de un modo diferente al setentista –ahora se pide la integración al mundo del trabajo más que denunciar la explotación de los trabajadores-,
- ♣ es nacionalista, pero su patria es el barrio.

La cultura del rock barrial reconoce entre sus influencias musicales a buena parte del rock nacional, a ciertas vertientes del punk y del heavy metal, y, sobre todo, a los Rolling Stones. De estos últimos heredan su estilo musical, apropiándose de ese legado para generar una cultura propia que llaman “stone” o “rollinga”. Otra característica constitutiva es su estrecho vínculo con la cultura del fútbol,

y en esta intersección entre rock y fútbol, el barrio es el ámbito privilegiado -escenario de las prácticas cotidianas, y componente central de un imaginario que ayuda a configurar la identidad. Esta cultura encuentra en cada barrio un grupo de música que aspira a representar a su pequeña comunidad: lo grupal es la forma que adquiere lo social.

En la década del '90 se produce una expansión en la cantidad de bandas de rock que le cantan al barrio, en la que se inscribe Callejeros, una banda nacida en 1995 en el barrio de Villa Celina, en el Gran Buenos Aires, que en su primera etapa, bajo el nombre Río Verde, tocaba covers de los Stones, Creedence y Chuck Berry. Con tres discos en su haber –*Sed, Presión, Rocanroles sin destino*⁷-, a diciembre del 2004 la banda se caracterizaba por el impulso que en sus conciertos cobraban algunos rituales del rock chabón: el “aguante”⁸ se manifestaba a través de banderazos, gran cantidad de bengalas, petardos y fuegos artificiales. Algunos de sus seguidores se organizaban en lo que ellos llamaban “familias”, pequeñas comunidades que organizaban la fiesta y el aguante de cada concierto.

Además de la música, los seguidores de estas bandas comparten una estética, y ciertos gustos y consumos. De ese modo aspiran a volverse visibles en una ciudad que les retacea los espacios. Flequillos, zapatillas Topper blancas⁹, remeras con inscripciones de bandas, tatuajes, mochilas escritas: diseños de sus propios cuerpos que los colocan en un interregno entre la indisciplina social y la traza del marketing. Una de las imágenes más impactantes de Cromañón fue la de los padres y amigos reconociendo a las víctimas por las figuras que llevaban tatuadas en sus cuerpos.

Los cultores del rock chabón privilegian el encuentro cara a cara y el contacto físico, experimentan el ámbito grupal como un lugar emocional y afectivo. De ahí, la importancia de los recitales y de lo que ellos llaman la “previa”, así como también el lugar de privilegio que ocupan el pogo y el “aguante” en general. Una de las marcas más conmovedoras de lo sucedido en Cromañón fue la solidaridad que los jóvenes desplegaron esa noche, el “aguante” con el que alentaban a su banda fue el mismo que los impulsó a entrar una y otra vez al boliche para ayudar a rescatar a los sobrevivientes.

Estrategias de comunicación por la memoria y la justicia

Las dos iniciativas comunicacionales surgidas a partir de Cromañón en la que los jóvenes se involucran –sobrevivientes, familiares o amigos de los sobrevivientes, o simpatizantes de la banda– son dos: el santuario y la campaña de intervenciones urbanas “Basta de culpar a Callejeros”.

El santuario

A pocos metros del boliche incendiado, los familiares, amigos y sobrevivientes de Cromañón levantaron un santuario para recordar a las víctimas -de forma espontánea, a partir de la noche misma en que ocurrió el episodio. Comenzaron encendiendo velas, y después fueron sumando otros objetos: recuerdos personales, flores, imágenes religiosas, cruces, rosarios, camisetas de fútbol, muñequitos, fotos, carteles con pedidos de justicia, otros con pedidos de venganza, llamadores de ángeles, letras de canciones, banderas, tapas de discos, las ropas chamuscadas de las víctimas y muchas zapatillas.

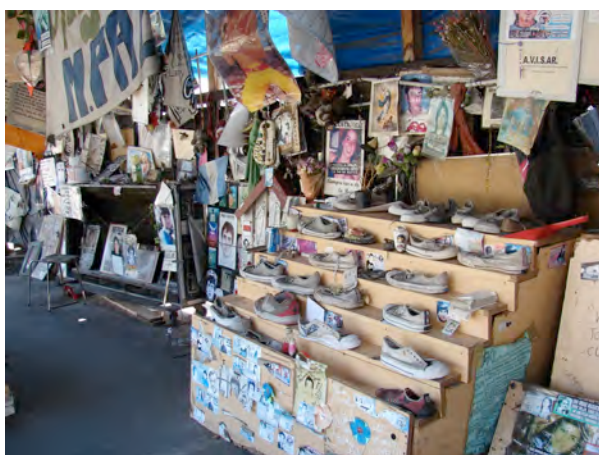
Construido como una forma de amparo frente al dolor de tantas muertes, el santuario de Cromañón revela sin embargo el desamparo –tanto el que provocó esas muertes, como el que sobrevino con posterioridad a ellas.



El santuario surgido tras la muerte de 194 jóvenes corta una calle céntrica de Buenos Aires
Foto: Violeta Rosemberg

La religiosidad popular

Si bien para una mirada desprevenida los objetos podrían parecer amontonados y algo abandonados, el ojo atento descubrirá allí inquietantes imágenes acerca del estado actual de la cultura popular argentina y de sus jóvenes.



En el santuario, las zapatillas de lona simbolizan el rock "chabón", el "aguante" y la presencia de los jóvenes muertos
Foto: Violeta Rosemberg

El filósofo argentino Ruben Dri (2003) señala que el avance de la racionalidad instrumental del capitalismo tiene como contracara la proliferación de formas religiosas en las que se mezclan los símbolos, los fetiches, las supersticiones y las doctrinas extravagantes.

La religiosidad popular sacraliza a quienes han padecido una muerte traumática, especialmente a los jóvenes, y les otorga el don del milagro. La muerte “fuera de lugar” resulta digna de recordación permanente y por lo tanto sacralizable. También contribuye a este proceso la identificación de un conflicto social, ante el cual la santificación emerge como un modo de rescatar a las víctimas de las clases menos privilegiadas. Una parte de los deudos de Cromañón ha elegido este camino para recordar a las víctimas, objeto de una injusticia perpetrada por “poderosos”.

Lo que la religiosidad popular nombra como “poderosos” en el caso Cromañón aparece como un interrogante clave. ‘Quiénes son los poderosos’ es una pregunta con la que los deudos de Cromañón se debaten aún hoy, a casi cuatro años del hecho. ¿Cómo identificar a los responsables?, o en otras palabras, ¿dónde está el poder?: ¿en el Estado? (la ciudad, pero también la nación) ¿En la ausencia del Estado? (la falta de respuesta adecuada de los bomberos, la policía, los servicios de emergencia) ¿En aquellos que se benefician económicamente de los recitales? (el dueño del boliche, la banda en

sí) ¿En la corrupción? (que llevó a que un local en estado inadecuado estuviera habilitado) ¿En los propios espectadores que encendieron candelas durante el recital? ¿En la suma de todos los elementos...? ¿Dónde?

Para algunos de los deudos –sobre todo los padres adultos-, los malos tienen nombre: “Ibarra, Chabán las tienen que pagar” es una de las consignas que nombra al entonces Intendente de la ciudad de Buenos Aires y al dueño del local. Pero otra consigna se escucha en las marchas, mayormente enunciada por los jóvenes: “ni las bengalas ni el rocanrol, a nuestros pibes los mató la corrupción”. Los jóvenes tienden a diferenciarse de los adultos, en tanto parecieran no estar tan convencidos de asignar culpas públicamente sin más, y sus consignas se orientan más bien a impugnar a la totalidad del sistema político a la vez que defienden el espacio del rocanrol. En ese sentido, el rocanrol opera, a los efectos de nuestra indagación, como superficie-marco en el cual la pregunta respecto de si estos jóvenes están planteando, en sus maneras de comunicar y de comunicarse respecto de Cromañón, reproducción o resistencia, se despliega.

A nuestro modo de ver, en Cromañón, los poderosos parecieran haber actuado más por omisión que por acciones concretas, y en cierta medida lo que ocasiona el desastre es la precariedad de las relaciones sociales: la ausencia de lo que se suele denominar ‘el tejido social’ se torna violentamente evidente.

En lo que hace al rol de la comunicación, esto nos remite nuevamente a las observaciones de Bifo ya mencionadas: ante la dificultad de situar el poder, y por ende identificar a los responsables, la democracia deja de funcionar como el lugar de la libre elaboración de un discurso de lo común, y los medios ocupan su lugar, produciendo una narrativa en particular.

En tal sentido, el santuario como uno de los espacios comunicacionales en el cual los jóvenes procuran superar la invisibilidad a la que los someten los medios en la cobertura de Cromañón puede leerse como expresión de resistencia¹⁰. Así entonces la representación de los jóvenes muertos en el santuario se despliega en un terreno de conflicto. Estos jóvenes, que habían ido a un recital convocados por una promesa de intensidad y de comunión, se encontraron en cambio con la constatación del abandono. El santuario no remite a mitos glamorosos del rock, sino a cuerpos muertos que buscan consuelo en formas plebeyas de la religión, uno de los últimos refugios aún disponibles después del derrumbe de las utopías.

Maneras de interpretar el espacio

En el universo mediático el santuario ocupa un espacio acotado: se discute si está bien o mal que este sitio de memoria corte una calle, interrumpiendo el tránsito y causando trastornos en la vida barrial. Entre los familiares y los sobrevivientes, en cambio, ocupa un sitio de privilegio, tanto en sus debates como en sus sentimientos.

Para los jóvenes sobrevivientes el santuario representa un espacio ligado a la muerte y al dolor. “El santuario no me convence porque cuando voy ahí, lo que yo veo son cuerpos tirados, los cuerpos de los chicos que murieron. No puedo ver otra cosa. Yo me calmo cuando voy a los recitales de Callejeros, no en el santuario”, dice Facundo, uno de los sobrevivientes que integra el grupo *Basta de culpar a Callejeros*, en una diferencia directa a la necesidad de poder seguir recurriendo al espacio del rock como posibilidad de catarsis. Para Juan, integrante de la murga *Los que Nunca Callarán*, la alternativa estaría en convertir al santuario en un espacio de alegría: “Al principio no me convencía pero después me di cuenta que era nuestro lugar, ahora lo que me gustaría es pintarlo de colores porque así es un bajón. Pintarlo de rojo, de amarillo, de verde, pintarlo para que tengan vida”.



Los bancos de cemento convierten al santuario en un lugar fijo para el permanente pedido de memoria y justicia

Foto: Violeta Rosemberg

La campaña “Basta de culpar a Callejeros”

Si el santuario nos conecta con restos de viejas tradiciones de la cultura popular argentina y se nos presenta como espacio de conflicto entre adultos y jóvenes, la campaña *Basta de culpar a Callejeros* nos habla específicamente de las luchas juveniles por su propia representación, lucha que se libra en los espacios que los jóvenes quieren –o pueden- disputar: la calle, por un lado, y el espacio virtual de las nuevas tecnologías por otro.

Luego de la tragedia, los familiares y buena parte de la sociedad optaron por culpar a la banda de rock, depositando en “Callejeros” parte importante de la culpa por lo acontecido. Frente a esas acusaciones, los fanáticos de la banda, en su mayoría jóvenes, se constituyeron como escudo y salieron a defenderla. Una vez más, el rocanrol opera aquí como superficie-marco para el análisis: ¿qué es lo que están defendiendo los jóvenes de su propia situación social al intentar proteger a la banda? ¿Qué es lo que la banda representa para ellos, en estas circunstancias?

Los primeros debates sobre cómo salir a confrontar se dieron en páginas webs, en blogs propios de los seguidores de “Callejeros” y en las páginas que se habían armado con anterioridad a Cromañón para intercambiar opiniones sobre rock¹¹.

Al poco tiempo de sucedida la catástrofe, un grupo de seguidores logró reagruparse y llevar adelante una campaña con el lema “*Basta de culpar a Callejeros*”. La idea inicial fue salir a pintar las paredes de la ciudad durante la noche. Para ellos, esa hora del día seguía constituyendo el espacio para manifestarse. Las pintadas se hicieron especialmente en diferentes barrios de la Ciudad de Buenos Aires, y también en algunos barrios de la provincia.



Los jóvenes se expresan mediante las paredes: uno de los tantos graffittis de la campaña "Basta de culpar a Callejeros"

Foto: Violeta Rosemberg

El tema Cromañón es muy áspero para la sociedad argentina. Dada su complejidad –la cantidad de elementos que intervinieron para agravar su magnitud, que ya hemos mencionado, y las interrelaciones entre estos - no es fácil tomar posición frente a lo ocurrido: ¿dónde y sobre quién/es depositar la responsabilidad? Cromañón no posee, hasta el día de hoy, responsables claramente determinados.

Pero si bien el debate social continúa, a medida que pasaron los meses la banda empezó a enfrentar más y más acusaciones. Ello a su vez dio lugar a una disputa interesante: por un lado se abrió una lucha generacional entre los padres, que veían a “Callejeros” como los culpables, y los jóvenes, que no encontraban razones para poner a la banda en ese lugar, sino que por el contrario, la veían como una víctima más¹². Al mismo tiempo, los medios masivos de comunicación presentaron una imagen simplificada y condenatoria tanto de la banda como de los familiares, sobre todo de aquellos que se organizaron a partir de lo ocurrido y salieron a dar su pelea.

En este contexto, marcado por la imposibilidad de armar un territorio común para pensar lo sucedido, los apasionados por la banda salieron a pedir “Basta” con la idea de “alejarse de la violencia que se venía generando como resultado de la incomprensión entre las distintas posiciones”, dice Sebastián en su blog personal¹³. Estos jóvenes desarrollaron una serie de estrategias para exigir ese “Basta” y volverse visibles en el espacio público: salieron a pintar las calles, diseñaron unas remeras amarillas con la consigna “Basta de culpar a Callejeros”, y difundieron unas y otras imágenes en el espacio virtual¹⁴. Actualmente, ante el inminente inicio del juicio oral por la causa Cromañón el 19 de agosto, la web llama a manifestarse en las calles¹⁵.

Las pintadas –políticas- tienen una larga tradición en la historia argentina: las hubo enfáticas, rabiosas y esperanzadoras durante los sesenta y los setenta, décadas en que la política parecía haberlo invadido todo; las hubo ingeniosas y humorísticas a partir de los ochenta; vinculadas a la difusión de bandas musicales en los noventa; y caracterizadas por la ironía y la inversión del sentido en la ola de graffittis que poblaron la ciudad a partir de la crisis del 2001.

El grafiti “Basta de culpar a Callejeros” se volvió visible en el 2005 en varias calles de la ciudad. “Funcionó como forma de protesta, como una declaración de amor, de resistencia y de aguante”, vuelve a explicar Sebastián. Tal vez su novedad radique en el lema elegido. La frase funciona en cierta medida como una radiografía de los jóvenes que se vuelven visibles con el rock barrial: habitan un tejido social caracterizado por relaciones precarias, construyeron el rock como un refugio, y cuando ese refugio es arrasado por la muerte, lo que piden es no ser culpabilizados.



A través de un stencil los jóvenes reclaman justicia y nombran a los muertos como "nuestros Callejeros"

Foto: Violeta Rosemberg

Un análisis posible es que el graffiti es una forma de oponerse a los estigmas que pesan sobre ellos: tematizados mediáticamente como el “enemigo interno”, aquí responden “basta de culparnos”. Y a la hora de nominarse, eligen hacerlo a través del nombre de la banda: Callejeros.

La forma de intervención pública que produce el graffiti es a la vez arte no institucionalizado, vandalismo y mercantilización, que va construyendo la estructura visual de la ciudad. Su idea primaria es generar un mensaje corto que se propague por las calles y que quede incrustado en la memoria de los transeúntes, al igual que las imágenes comerciales que atacan el subconsciente de forma rutinaria y sin cesar.

Según Diego Garay –integrante el taller de Grabado y Arte Impreso de la Facultad de Bellas Artes de la Pueyrredón- el resurgimiento del uso callejero de la técnica -que ya había sido utilizada de forma similar en la década del ‘30 por grupos políticos- se vincula sobre todo “a la proliferación de motivos a través de Internet, desde donde mediante nuevos programas se bajan muchas de las planchas que se han convertido en actuales clásicos del género”.

Llevar a la calle las consignas que discuten en Internet es la estrategia que los jóvenes seguidores de la banda encontraron para disputar la representación que los medios masivos construyeron de ellos y de la banda de sus amores, y para vincular el espacio más privado, y el nivel individual de intervención que el acceso a Internet permite, con el espacio público y la acción colectiva.

Para combatir lo que consideran “mentiras producidas por los grandes medios”, tal como dicen en muchas entrevistas, tomaron por asalto el espacio público con la idea de poder narrar las realidades que los medios de comunicación no cuentan. El graffiti funciona como una forma particular de intervención, de presencia y de voz, como una apropiación de la ciudad en un intento por democratizar ese espacio público. “Quisimos no pasar inadvertidos, llamar la atención del ojo poco atento de las personas”, dice Martín en su blog.

Previamente a Cromañón, los jóvenes de sectores populares que seguían a Callejeros y otros grupos similares no eran visibles. A raíz de Cromañón, aparecieron retratados por los medios como víctimas pasivas o como culpables. A través de la campaña, un grupo de ellos buscó y accionó una alternativa para revertir ambas representaciones. Si bien determinar en qué medida lo lograron implicaría profundizar en una investigación que excede los límites de este artículo, narrar su experiencia nos permite visualizar ciertas estrategias posibles para los jóvenes de sectores urbanos empobrecidos. Arraigada en lo comunicacional, la campaña “Basta de culpar a Callejeros” pareciera contener una dimensión política y cultural no del todo evidente: cómo conceptualizar esa dimensión constituye un desafío.

Conclusiones

“Un cambio de realidades, cuando deviene esencial, exige también un cambio de los instrumentos capaces de pensar. No tenemos teoría fija para pensar el cambio de las realidades, ni tenemos realidad fija para ajustar el cambio de las teorías. Tenemos las dos variables variando a la vez sin una coordinación preestablecida. (...) Si para valorar una experiencia necesitamos disponer de ciertos parámetros, cuando una experiencia destituye los parámetros, aparece una cuota de perturbación suplementaria. Llamémosla *perplejidad*. Uno queda sin parámetros para valorar lo que sucede, cuando queda sin organizadores simbólicos capaces de significar una situación”.

Ignacio Lewkowicz (2004)

Al comienzo del artículo hacíamos referencia a la perplejidad que sobrevino a la muerte de los 194 jóvenes atrapados en el incendio de Cromañón el 30 de diciembre de 2004. Se trató sin duda de una experiencia que destituyó los parámetros conocidos y que por lo tanto nos obliga a preguntarnos desde qué nuevos parámetros pensarla.

Leer el santuario y la campaña “Basta de culpar a Callejeros” como estrategias comunicacionales vinculadas a los sucesos ocurridos en Cromañón hace posible, a nuestro modo de ver, dos tipos de operaciones.

En primer lugar, delinear algunos de los rasgos actuales de los jóvenes de sectores populares en las periferias urbanas y en la ciudad de Buenos Aires de la Argentina:

- La dimensión política de sus prácticas parece estar dada, en parte, por convertir en emblemas los estigmas que pesan sobre ellos. La ‘opinión pública’ los caracteriza como desinteresados por lo público y arman una campaña destinada a intervenir en el espacio público; el discurso mediático los construye como representantes no sólo de la anomia, sino también de la inseguridad¹⁶. Frente a ello, los jóvenes salen a manifestarse y a intentar rebatir el discurso de los medios, a la vez que tienen serias dificultades para disputar esa agenda e imponer una propia.
- Para enfrentar la exclusión generada por la precarización de las relaciones sociales, apelan a lo que parecieran ser nuevas formas de ciertas “tradiciones”. Ensalzan el espacio social más inmediato que les es propio (el barrio), y se reapropian de viejas costumbres populares, renovándolas, para ampararse en ellas. Por ejemplo, la religiosidad expresada en el santuario, o la noción de “familia” trasladada a la asistencia a los recitales. Hasta qué punto esas estrategias implican un llamado a que el Estado les brinde nuevas formas de amparo y seguridad (si ponemos el acento en los elementos más propios de la “tradición”), o a pensar nuevos modos para las relaciones sociales (si ponemos el acento en lo que es nuevo en estas formas), es una de las preguntas que queremos abrir a debate.
- Acompañan sus prácticas con una actitud denominada el “aguante”. Frente a las crecientes dificultades para sostener un proyecto a largo plazo -en la escuela, en el trabajo, en la familia, en la construcción de un proyecto común-, los jóvenes demuestran su carácter -es decir, su modo de habitar el mundo- jugándose todo en el aquí y ahora. Esto se puede manifestar tanto en las celebraciones que arman en cada recital para alentar a las bandas que no son exitosas con una pasión inédita como en la resistencia ante la adversidad, por ejemplo, hacerle el “aguante” al grupo ‘Callejeros’ cuando buena parte de la ‘opinión pública’ lo juzga como culpable de lo sucedido.
- Ante la situación de abandono generalizado -y aún a pesar de que Cromañón marcó una disminución abrupta en términos de los lugares y las oportunidades disponibles para reunirse en eventos de rock- algunos de ellos insisten en agruparse: en el espacio virtual de la web, para salir a pintar las calles en el contexto de la campaña, para ir a algún recital, en las manifestaciones del día 30 de cada mes, al identificarse conjuntamente con las remeras con la leyenda “Basta de culpar a Callejeros”, y en su diferenciarse de los adultos al momento de asignar -o no- culpas públicamente, en el territorio en disputa que la

búsqueda de los responsables constituye. Estas experiencias, de todos modos, no pueden ocultar que muchos jóvenes sobrevivientes –sobre todo los más pobres- están sumidos en un preocupante abandono social, deprimidos y algunos incluso con tentativas de suicidios.

En segundo lugar, analizar en qué medida se trata de estrategias comunicacionales que propician el cambio social. O en otras palabras, como planteáramos al comienzo, qué rol le cabe a la comunicación en estas circunstancias: cuánto hay de cambio y cuánto de reproducción –discursiva y social- en el santuario y en la campaña “Basta de culpar a Callejeros”.

- Pasados más de cuatro años de los sucesos ocurridos aquel 30 de diciembre, los jóvenes persisten en sus prácticas: el debate respecto del santuario y de cómo vincularse con ese espacio marcado por el dolor, y el sostén de la campaña. El espacio virtual de Internet les sirve para mantener una cierta forma de comunidad en funcionamiento –virtual, y por ende limitada, debatible en términos de su impacto político, pero comunidad al fin. En ese sentido, parece no cesar la búsqueda del otro, y hay una persistente creatividad en ello: todo en medio de circunstancias que parecieran orientadas a desalentarlos¹⁷.

Volviendo a Grignon, Passeron y Bordieu, debemos insistir en el hecho de que la peculiar complejidad del caso Cromañón nos obliga a repensar las categorías disponibles para nuestro análisis. El santuario y la campaña combinan tanto elementos de reproducción como elementos de resistencia. Si bien las respuestas de los jóvenes a las circunstancias están fuertemente marcadas por elementos de las culturas populares y por las condiciones propias de la pobreza y la ausencia del Estado, es posible detectar creatividad en su acción comunicativa.

Indagar y establecer el valor político de ese accionar –esto es, su poder para promover cambios en sentido positivo en sus propias condiciones de existencia como grupo social-, es una tarea que el campo de la comunicación deberá afrontar con un espíritu abierto a la novedad. Profundizar en la caracterización del rock como superficie-marco sobre la cual analizar la situación y los modos de expresión de la juventud actual vinculando cultura y política no sólo desde la perspectiva de la vida cotidiana –esto es, no limitando las lecturas respecto de la juventud y su vinculación con el rock como mero consumo cultural, sino atentos a las intersecciones entre vida cotidiana, participación y ciudadanía, constituye parte de esa tarea.

Una pregunta que este artículo debe necesariamente dejar abierta, a la espera de la materialización del juicio, es si el accionar comunicacional de los jóvenes cobrará un ímpetu renovado y sostenido en relación con éste, con el propósito de influir en el proceso de maneras organizadas, o si las herramientas disponibles se usarán mayormente para expresar opiniones a nivel individual, y se limitarán a lo virtual.

Pero que dicha pregunta no tenga respuesta aún no implica que las formas comunicacionales en que las y los jóvenes –directamente afectados y no- han intentado e intentan transitar dicha vinculación no sean de fundamental importancia. A nuestro modo de ver, lo son, en tanto expresan sus posibilidades, sus carencias, y ciertos deseos compartidos –el deseo de agruparse, el deseo de reconocerse y ser valorados como sujeto colectivo en una identidad distinta de la que los señala como peligrosos, y el deseo de decir presente, en circunstancias que vinculan de manera dolorosa e inobjetable las dimensiones de lo personal y lo colectivo, de lo privado y lo público.

Bibliografía

Alabarces, Pablo *Crónicas del aguante: Fútbol, violencia y política*, Buenos Aires, Capital Intelectual, 2004.
Altamirano, Carlos (director) *Términos críticos de sociología de la cultura*, Paidós, Buenos Aires, 2002.
Berti, Eduardo *Rockología*, Buenos Aires, AC Editora, 1989.

Bifo, Berardi Franco *Generación post-alfa, patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*, Tinta Limón, Buenos Aires, 2007.

Bourdieu, Pierre *La miseria del mundo*, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 1999.

Braslavsky, Cecilia *La juventud argentina: informe de situación*, Centro Editor, Buenos Aires, 1986.

CEPAL y OIJ *La juventud en Iberoamérica: tendencias y urgencias*, 2004.

Chaves, Mariana *Juventud negada y negativizada. Representaciones y formaciones discursivas vigentes en la Argentina contemporánea*, Revista Última década, N° 23, Valparaíso, 2005.

Colectivo LaVaca: *Generación Cromañón*, Ed. Lavaca, Buenos Aires, 2005.

de Certaeu, Michel *La invención de lo cotidiano*, Universidad Iberoamericana, México,

Dri, Rubén (coordinador) *Símbolos y fetiches religiosos en la construcción de la identidad popular*, Buenos Aires, Biblos, 2003.

Fernandez Bittar, Marcelo *Historia del rock en Argentina*, Distal, Buenos Aires, 1999.

Gramsci, Antonio *Cultura y literatura*, Barcelona, Península, 1972.

Grignon, Claude y Passeron, Jean Claude *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en la sociología y en la literatura*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2004.

Grinberg, Miguel *Cómo viene la mano, orígenes del rock argentino*, Distal, Buenos Aires, 1993.

Hobsbawm, Eric *Historia del siglo XX*, edición Barcelona, Barcelona, 2000.

Lewkowicz, Ignacio *Pensar sin Estado*, Editorial Paidós, Buenos Aires, 2004.

Martín Barbero, Jesús *De los medios a las mediaciones*, Editorial Gustavo Gili, 1991.

Miguez, Daniel y Semán, Pablo *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*, Biblio, Buenos Aires, 2006.

Oficina Internacional del Trabajo (OIT), *Trabajo Decente y Juventud – Argentina*, 2007.

Pintos, Victor *Tanguito, La verdadera historia*, Buenos Aires, Planeta, 1993.

Pujol, Sergio *Las ideas del rock. Genealogía de la música rebelde*, Homo Sapiens, Ediciones, Rosario, 2007.

Pujol, Sergio *Rock y dictadura, crónica de una generación (1976-1983)*, Buenos Aires, 2006.

Reguillo Cruz, Rosanna *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Norma, Buenos Aires, 2000.

Semán, Pablo *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*, Buenos Aires, Gorla, 2006.

Semán, Pablo y Vila, Pablo “Rock chabón e identidad juvenil en la Argentina neoliberal”, en: *Los noventa, Política, sociedad y cultura en América latina y Argentina de fin de siglo*, compilado por Daniel Filmus, Buenos Aires, Eudeba, 1999.

Williams, Raymond *Keywords: a vocabulary of culture and society*, New York, Oxford University Press, 1985 (1976).

Williams, Raymond *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1997.

¹ Algo que sucedió no sólo en el marco de la última dictadura militar (1976-1983), sino también durante la democracia, a manos del “gatillo fácil” y la represión de la policía. Según datos de la Correpi (Coordinadora contra la Represión Policial e Institucional) desde la instauración de la democracia en 1983 hasta el 2007, 2300 jóvenes han muerto a causa del accionar institucional en comisarias y cárceles.

² El 19 y 20 de diciembre de 2001 la Argentina vivió dos jornadas de estallido popular y consecuente represión, con una cantidad enorme de detenidos y 38 muertos. Estos hechos forzaron la renuncia del presidente Fernando de la Rúa y pusieron en evidencia el desgaste de un sistema representativo que ya no lograba articular las demandas de la mayoría de la sociedad. Los niveles de pobreza y desocupación en una sociedad que históricamente había tenido capas medias extendidas, y las medidas económicas puntuales que confiscaron los ahorros de los pequeños propietarios en pos de mantener la ficción de la dolarización, provocaron el estallido que cuestionó las políticas neoliberales. Se abrió un nuevo ciclo económico y político en el que, más allá de las discusiones, el Estado intenta recobrar su protagonismo frente a los mercados y los capitales concentrados.

³ Para una aproximación a los debates propios del campo comunicacional en América Latina en los setenta ver por ejemplo Mattelart, Armand y Dorfman, Ariel (1974) *Para leer al Pato Donald/Comunicación de masas y socialismo*, Buenos Aires: Siglo XXI. Para una aproximación al giro operado a partir de los ochenta, ver por ejemplo Landi, Oscar (1992) *Devórame otra vez/Qué hizo la TV con la gente, qué hace la gente con la TV*. Buenos Aires: Planeta.

⁴ Elaborada por pensadores de América Latina, la Teoría de la Dependencia analiza, desde una perspectiva económica, política y cultural, los porqués del retraso de la región en los '60 y '70. Sus principales referentes son Fernando Cardoso, Celso Furtado y Teotonio dos Santos.

⁵ Ver al respecto un libro paradigmático del campo de la comunicación en América Latina: *De los medios a las mediaciones* de Jesús Marín Barbero (1991).

⁶ Durante el período del terrorismo de Estado (1976-1983), si bien muchos músicos debieron exiliarse y otros sufrieron la persecución policial, no fueron víctimas de la desaparición forzada de personas. El rock fue uno de los pocos

espacios culturales que pudieron subsistir en la dictadura, convirtiéndose en una correa de transmisión intergeneracional entre los fundadores del género y las generaciones posteriores.

⁷ *Señales*, el cuarto y último disco, se grabó con posterioridad a Cromañón.

⁸ La idea de “aguante” se empezó a popularizar en la vida cotidiana argentina a mediados de los noventa. Es una palabra que se utiliza, por ejemplo, para alentar a equipos de fútbol que tienen pocas chances de ganar, o para darle ánimo a un grupo de rock que sale a tocar sin ser muy conocido. Los jóvenes también suelen decir “te hago el aguante”, significando que acompañan a alguien en alguna situación desfavorable. Según Pablo Semán, “el aguante es una categoría física y, sobre todo, moral, que da cuenta del valor de los hombres en su capacidad de resistir y/o atacar en relaciones de fuerza desventajosas. El valor del aguante que, como lo han demostrado varios autores, se encuentra presente en diversas expresiones populares, comunica éticamente hinchadas de fútbol y fans de grupos musicales. (...) Se ‘aguanta’ en el rock cuando se plantea una oposición frente a la policía o el mercado y sus incitaciones perversas (...) cuando se dicen verdades sociales que el mundo careta de los adultos y las instituciones no puede aceptar”. El “aguante” da cuenta de una forma de vida que aun cuando no logra proyectarse hacia el futuro debido a la adversidad, tampoco se entrega a esta: la resiste.

⁹ Para las culturas juveniles, en la elección de las zapatillas radica una de sus claves identitarias. En su libro *Emergencia de Culturas Juveniles*, Rossana Reguillo Cruz analiza qué lugar ocupan las Nike entre ciertos grupos de jóvenes populares. “Lo que el efecto Nike señala es la imperiosa necesidad de trascender la especulación ensayística y visualizar la complejidad del llamado consumo cultura como un ámbito en el que se juegan muchas más cosas que la liviandad o levedad del ser. El análisis de las identidades juveniles no puede realizarse al margen de una biopolítica del consumo como mediación entre las estructuras y las lógicas del capital y la interpretación cultural del valor”. Las zapatillas Topper, de fabricación argentina, son más económicas y austeras que las Nike. Después de Cromañón se convirtieron en un emblema. Su imagen se utilizó como logotipo de la organización *Los pibes de Cromañón* y acompañó stencils y calcomanías con la frase “justicia para nuestros Callejeros”.

¹⁰ Es importante recordar aquí que el santuario no es una iniciativa exclusivamente de los jóvenes, sino un espacio en el que se expresan tanto estos como los familiares adultos de las víctimas.

¹¹ El recurso de la comunicación a través de Internet ya era utilizado por los jóvenes. Desde allí organizaban su participación en los recitales –lo que llaman “la previa”, es decir, qué harían antes de un concierto–, los viajes cuando la banda tocaba lejos, e incluso a veces la lista de temas que “Callejeros” habría de tocar en una presentación.

¹² Muchos de los jóvenes sobrevivientes que presentaron sus demandas judiciales les exigieron a sus abogados que no se metieran con la banda. De ahí que las querellas debieran organizarse en diferentes grupos. Una de ellas dice expresamente “Nosotros no responsabilizamos a Callejeros”. Esto no implica que la banda no sea responsable, en tanto será llevada a juicio. Mientras tanto, cada vez que brinda un recital, se le incauta preventivamente todo el dinero que gana.

¹³ www.fotolog.com/guason

¹⁴ <http://www.fotolog.com/chakita87>; www.fotolog.com/angeles_cromanon

¹⁵ Para un ejemplo de materiales compartidos en línea convocando a manifestarse, ver http://www.destinovisual.com/volante_cordoba_byn.jpg

¹⁶ En palabras de la investigadora Mariana Chavez: “El paradigma del momento ya no es más el paradigma del disciplinamiento o la normalización estrictamente sino el paradigma de la inseguridad; es en ese contexto donde el sujeto joven se convierte en el enemigo interno, porque es el que representa la inseguridad. ¿Pero no es contradictorio que el peligro esté representado por un ser inseguro? No, justamente su inseguridad es lo que lo encuadra en el paradigma, y es eso lo que lo hace peligroso” (Chaves, 2005).

¹⁷ Para un ejemplo en línea que combina imágenes de la catástrofe, el santuario, la campaña “Basta de culpar a Callejeros” y otras manifestaciones vinculadas, con música de la banda y una invitación a sumarse a uno de los foros, <http://foro.callejeros.com.ar/>, ver <http://es.youtube.com/watch?v=qUCU9Q1eNjE> El lema es “Estamos organizando movidas para que nos escuchen”.