

La ruptura generacional que en la década de los sesenta protagonizarían los jóvenes supondría una auténtica revolución cultural. Si la cultura la entendemos como el modo que un grupo social tiene de comunicarse, utilizando una serie de signos o señales que le proveen de una identidad colectiva, en este sentido podríamos empezar a hablar del nacimiento de la “cultura juvenil”. Pero la cultura no tiene una configuración unitaria, se divide y diferencia tantas veces como lo hacen los grupos humanos en sus diversas razones de estratificación. Es por ello que en realidad deberíamos referirnos a “culturas juveniles” en plural donde poder englobar tantos modos de comportamiento como estilos de vida, en continua interrelación dialéctica, como buscando legitimidad a su modo de ser. Este nuevo fenómeno psicosociológico lo llamamos multiculturalismo en sentido amplio. Pero la división progresiva en categorías sociales evocará como resultado un individualismo personalista. Del tópicos pasamos a los indescriptibles tipos. Tipologías calidoscópicas inclasificables en sus mutaciones continuas.

Numerosos estudios se refieren a esas culturas con el fin de caracterizar los estilos de vida distintivos desde los que se expresan las experiencias vitales de los jóvenes y sus procesos de enculturación¹. Siguiendo este emergente ámbito temático, y atendiendo a las consideraciones de esta tesis para una pedagogía de la juventud del siglo XXI, quisiéramos adentrarnos en los “mundos de vida” de los jóvenes actuales.

¹ Sirva a modo de ejemplo el número 64 de la Revista de Estudios de Juventud que edita el Instituto de la Juventud (INJUVE) del Ministerio de Asuntos Sociales: *De las tribus urbanas a las culturas juveniles*, 2004.

En la imagen de los jóvenes actuales, aislados y refugiados en sus mundos de significados, sentidos, identidades y relaciones sociales y culturales propias (Béjar)², vemos condensadas las mutaciones en las formas de vida y los valores emergentes de una sociedad decididamente narcisista. Desde la pedagogía y la antropología de la educación resulta imperioso tratarlos como objeto de estudio. Con ellos y con las descripciones recogidas en nuestro estudio de campo, cerraremos este collage de modelos de juventud con el que hemos recorrido diferentes períodos históricos hasta llegar a nuestra época actual.

10.1. Ante la incertidumbre y el riesgo generacional

Ya hace tiempo que las investigaciones sobre las experiencias de los jóvenes en relación a los procesos de transición juvenil y la construcción de la identidad toman en consideración la percepción del **riesgo generacional** (Nilan, 2004)³. En realidad, existe cierto acuerdo en considerar la pertinencia de las ideas de Ulrich Beck (1992)⁴ a la hora de describir los procesos de individualización y de riesgo en los últimos años de la época moderna (Furlong y Cartmel, 2001)⁵.

En el libro (*Sociedad del riesgo*) Beck (1992) afirma que la sociedad industrial es substituida por una nueva modernidad en la que tanto aquello que era previsible como las certezas características de la era industrial se encuentran amenazadas, hecho que origina un estado de incertidumbre, cargado de nuevos riesgos y oportunidades. Este nuevo estado tiene sus efectos a nivel subjetivo y atendiendo a los procesos de transición de la juventud no es difícil reconocer una creciente diversidad de experiencias a menudo asociadas con una percepción más aguda de los riesgos y las nuevas fuentes de vulnerabilidad (du Bois-Reymond y López, 2004)⁶. En cierto sentido, los individuos se liberan progresivamente de las redes sociales y de las obligaciones del antiguo orden y se ven obligados a encararse con un nuevo repertorio de incógnitas que afectan todos los aspectos de su cotidianeidad.

Beck (1992) reconoce que los riesgos no están distribuidos de manera equitativa dentro de la sociedad, y que pueden reproducir las diferencias de clases. Aunque los vínculos de unión entre individuo y clase se hayan debilitado, y que los

2 BÉJAR, Helena 1990 (1998): *El ámbito íntimo. Privacidad, individualismo y modernidad*. Alianza Editorial, S.A. Madrid.

3 NILAN, Pam (2004): "Culturas juveniles globales" en *Revista de Estudios de Juventud: De las tribus urbanas a las culturas juveniles*, nº 64. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp.39-48).

4 BECH, Ulrico (1992): *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Edit. Paidós. Barcelona.

5 FURLONG, Andy i CARTMEL, Fred (2001): *Els contextos canviants de la Joventut*. Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 14. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

6 DU BOIS-REYMOND, Manuela y LÓPEZ BLASCO, Andreu (2004) : "Transiciones tipo yo-yo y trayectorias fallidas: hacia las políticas integradas de transición para los jóvenes europeos" en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 65. *Políticas de juventud en Europa*. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 11-29).

estilos de vida se hayan individualizado cada vez más, no hay suficientes pruebas para demostrar que la clase social ejerza menos influencia en la predeterminación de las oportunidades individuales. La desigualdad continúa gobernando la vida de las personas, pero su impacto es mucho más intenso en la esfera individual que en la esfera grupal o de clase (Furlong y Cartmel, 1997).

Los procesos sociales que Beck (1992) identifica han recibido un amplio sostén en la obra de Anthony Giddens (2000)⁷. Este autor manifiesta que el período conocido como “modernidad avanzada” se caracteriza por una cultura del riesgo, en el sentido que hoy en día las personas están sujetas a incertidumbres que no formaban parte de la vida cotidiana de las generaciones anteriores. Dentro de esta cultura del riesgo, el individuo se forma de manera reflexiva a medida que se ve obligado a protagonizar una gran diversidad de experiencias que lo ayudan a establecer una biografía coherente.

En tales condiciones surge la inminente amenaza de la insignificancia personal y se forman grupos que responden a la necesidad de seguridad ontológica. Furlong y Cartmel (1997) sostienen que **la cultura popular, los marcos de identidad fluidos y los anhelos cambiantes para el futuro son los aspectos clave de la subjetividad para los jóvenes y, por lo tanto, es más probable que dichas agrupaciones se produzcan en los ámbitos del estilo de vida y las culturas juveniles.**

Los contextos urbanos actuales son los espacios sociales en los que mejor percibimos las representaciones de identidad de los jóvenes, tanto individualmente como en grupos. Mi experiencia profesional directa como educador social en los Servicios Sociales de Atención Primaria del Consell Comarcal del Baix Penedès me permite comprobar hasta qué punto estas agrupaciones se configuran como el germen de futuros conflictos generacionales o provocan, incluso, un choque de culturas que se traduce en violencia inmediata entre próximos -tal y como advierten Fuentes y Beltran, (1995)-⁸.

En uno de los expedientes abiertos en el archivo de l'Equip Bàsic d'Atenció Social Primària (EBASP) de l'Ajuntament de Santa Oliva recogía los siguientes apuntes después de haber mantenido un encuentro con un grupo de jóvenes de una urbanización del municipio⁹.

Acabo d'entrevistar-me amb algun dels joves que per alguns veïns del poble i el mateix Ajuntament són percebuts com una amenaça per mantenir l'ordre i la tranquil·litat del municipi. No hi ha dubte que la seva estètica makinera i vagues afinitats ideològiques que la vox populi ha atribuït sempre als skins els proporcionen els elements necessaris per no passar desapercibuts.

7 GIDDENS, A. 1991 (2000): *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Ed. Península. Barcelona.

8 FUENTES, Enrique y BELTRAN, José Miguel (1995): “Violencia y rebelión juveniles. Sobre la educación y la prevención”, en *Universitas Tarraconensis*, (pp. 79-97).

9 Expedient 8/2003. Full de Seguiment corresponent al juliol de 2004. Professional Referent: Jordi Solé (Educador Social). Equip Bàsic d'Atenció Social Primària (EBASP) del Consell Comarcal del Baix Penedès que presta els seus serveis a l'Ajuntament de Santa Oliva.

Ells no s'avergoneixen pas d'aquests trets i no ens equivoquem a l'afirmar que els accentuen si així poden diferenciar-se del sector de joves que són fills de pares i avis nascuts al poble. Les referències despectives cap aquest grup han estat constants al llarg de la conversa però seria difícil afirmar que el conflicte va més enllà de l'agressivitat verbal. És més, si m'han comentat algun incident amb baralles a "l'EI-TWO" (centre comercial i d'oci del Vendrell) l'havien mantingut amb d'altres grups similars a ells provinents dels pobles veïns, que no pas amb la colla de "catalufos" de Santa Oliva. No és d'estranyar. La major part d'ells varen anar junts a l'escola del municipi. Al començar l'ESO als instituts del Vendrell varen deixar de compartir aula, però seguien trobant-se en el transport escolar i en el mateix poble. Un a un, l'actitud més estesa és la del respecte o la simple indiferència.

(...) Pel que fa als actes vandàlics que havia d'esbrinar, i que les verbalitzacions dels veïns asseguraven que C. havia estat un dels més actius del grupet de "makiners", res de res. Aquella nit de dissabte, C. i la seva colla no varen dormir ni al poble; i quina ha estat la sorpresa al descobrir que els principals responsables havien estat el fill de cal F. i de ca la P., "gent del poble de tota la vida"...

La fuerza de la imagen de determinadas culturas juveniles, al ocupar el espacio urbano público, muy a menudo dan lugar a sensaciones de miedo y repulsión (pánico moral) entre la sociedad adulta, favoreciendo actitudes de exclusión (Martín, 1995)¹⁰. Pero más allá del imaginario social, de las leyendas que puedan atribuirse a determinados grupos (Delgado, 1999)¹¹, o de las opciones identitarias más espectaculares, la mayoría de jóvenes optan por tomar decisiones que <<crean estilos de vida>> - siguiendo a Pam Nilan (2004:41)- para definir, así, su condición de miembros de la cultura juvenil. <<En tiempos de crisis económica, las prácticas significantes que constituyen la "creación de un estilo de vida" son una estrategia importante para mantener la apariencia de un cierto nivel de vida incluso en ausencia de ingresos sustanciales>> (Ídem: 41).

Siguiendo con los apuntes del expediente en el que el EBASP recogemos las intervenciones de nuestro trabajo social, el caso de C. al que se le atribuían los desperfectos ocasionados en las dependencias escolares y deportivas del municipio es especialmente ilustrativo en este sentido.

(...) C. viu en la urbanització del municipi que s'estén fins arribar al terme municipal del Vendrell, capital de la comarca. Els habitatges que coincideixen en l'inici i final d'ambdós termes municipals constitueixen una mena de barri. De fet, els veïns que hi resideixen es refereixen a la zona pel nom de la promotora immobiliària que va aixecar els edificis. L'Ajuntament del Vendrell ha demanat a la Generalitat que aquest barri formi part del Pla de Rehabilitació que té previst aprovar en els

¹⁰ MARTÍN, J. (coord.), (1995): *Cultures juvenils i violència*. Direcció General de Justícia Juvenil. Departament de Justícia. Barcelona.

¹¹ DELGADO, Manuel (1999): *La violència com a recurs i com a discurs*. Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 7. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

propers mesos¹². Aquest fet dóna compte de l'estat de deteriorament de la zona, tant pel que fa a nivell d'infraestructures i de construcció d'edificis, com pel fet que s'ha convertit en un barri marginal i perifèric, on els seus veïns tenen la taxa més alta d'atur i situacions socioeconòmiques desfavorides a les que s'hi afegeixen també elevades taxes d'absentisme, fracàs escolar i risc d'exclusió entre la població infantil i juvenil. Tanmateix, un fet crida especialment l'atenció. El barri de les P. és també el barri en el que es veuen més cotxes "tunejats" aparcats al carrer.

(...) No hi ha dubte que en diferents barris del municipi del Vendrell, així com en les urbanitzacions d'altres pobles de la comarca, les regles del joc del cotxe s'han transformat com una resposta davant les circumstàncies locals. La quantitat de temps, diners i energia dedicades a l'exhibició competitiva del cotxe a l'hora de mantenir-lo net, reparar-lo, repintar la carrosseria, posar-lo a punt i exhibir-lo en una concentració... sembla ser directament proporcional a unes situacions socioeconòmiques precàries i uns ambients culturals més aviat pobres dels joves propietaris (...) ¹³.

C. verbalitza sentir-se fascinat pel tema del tuning. Acaba de complir divuit anys, s'ha tret el carnet de conduir i amb la primera paga del lloc de treball que acaba de trobar com a operari d'una serrellaria ha donat l'entrada per un Audi A-3 pel que ha hagut de demanar un crèdit personal de cinc anys. Resulta difícil entendre com mantindrà el cotxe, però avui mateix m'ha ensenyat que ja li ha canviat l'equip de música mentre un altaveu de 800 wats ocupa el 70% de l'espai del porta equipatges (...) ¹⁴.

El caso de C. demuestra hasta qué punto **los artículos de consumo constituyen un elemento fundamental a partir del cual los jóvenes construyen su propio yo**. Los símbolos y significados asociados a los artículos de consumo envuelven y complementan a los jóvenes como lo hacen con todos nosotros, y acaban por mediatizar la manera como se piensa el entorno social. **El consumo se convierte en una actitud simbólica de apropiación, de selección y de modificación de significados**. En el marco de la vida cotidiana y de las relaciones sociales que establecen los jóvenes pasa a ser, sin duda, una de las estrategias principales para la creación de estilos de vida propios.

12 Finalmente, la rehabilitación de esta zona no ha entrado en la primera convocatoria del Pla Estratègic de Rehabilitació de Barris de la Generalitat de Catalunya. Acuerdo de gobierno de Diciembre de 2004.

13 En el ámbito de los estudios culturales, Dick Hebdige (1998) analiza el interés por el origen y la experiencia estética en las sensibilidades posmodernas a partir de un detallado estudio de un caso contemporáneo en el que el objeto-coche se convierte en una encarnación literal de un ideal; un "objeto imposible" por el exceso de sentimientos y la mezcla de inexplicables emociones que genera a su propietario. HEBDIGE, Dick 1996 (1998): "El objeto imposible: hacia una sociología de lo sublime" en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (Comp.) 1996 (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Edit. Paidós. Barcelona, (pp. 109-152).

14 Hoja de seguimiento correspondiente al mes de septiembre de 2004.

10.2. Nuevas formas de etnicidad

En un capítulo de la obra colectiva titulada *Movimientos juveniles en la Península Ibérica. Graffitis, grifotas, okupas*, Manuel Delgado (2002)¹⁵ reflexiona sobre los procesos de construcción de la identidad de los jóvenes y sus adhesiones colectivas. Analizando los principales elementos de las nuevas formas de etnicidad que edifican los jóvenes a través de lo que podría llamarse sus afinidades electivas –evocando la famosa novela de Goethe–, Delgado (2002) nos desvela la verdadera red de significados que se esconden detrás de las microculturas juveniles y sus estilos de vida.

Muchas de las adscripciones personales de los jóvenes que se producen al margen de las instituciones primarias de la sociedad no son más que la viva expresión del miedo a no poder recibir el paraguas protector de los grandes referentes morales y políticos, las grandes ideologías o la familia. <<Esto se traduce en una búsqueda con frecuencia ansiosa de una simplicidad vital (...) que se concreta en lo que Frank M. Thasher designó en 1927, desde la Escuela de Chicago, sociedades intersticiales, concepto aplicado entonces sobre todo a las pandillas juveniles que proliferaban en las grandes ciudades norteamericanas. La noción de intersticialidad remite a lo que sucede en las zonas al mismo tiempo topográficas, económicas, sociales y morales que se abren al fracturarse la organización social, fisuras en el tejido social que son inmediatamente ocupadas por todo tipo de náufragos, por así decirlo, que buscan protección de la intemperie estructural a que la vida urbana les condena. Desde entonces, las culturas menores que podían registrarse subdividiendo el nuevo continente juvenil –el nivel de autonomía, el cual no ha dejado desde entonces de aumentar– ha sido una y otra vez objeto de conocimiento por parte de la sociología y la antropología urbanas, sobre todo para poner de manifiesto cómo estas agrupaciones expresaban en términos morales y resolvían en el plano simbólico tránsitos entre esferas incompatibles o contradictorias de la sociedad global en que se insertan, como, por ejemplo, obligaciones laborales o escolares / ocio, trabajo / paro, aspiraciones sociales / recursos sociales, familia / inestabilidad emocional, etc.>> (Delgado, 2002:116).

Este tipo de culturas juveniles no se limitaría a reproducir los esquemas organizativos ni las funciones iniciáticas o de socialización de los grupos de edad registrados en otra sociedad o épocas. **Se convertirían en nuevas formas de etnicidad, que establecerían sus vínculos en parámetros estéticos y escenográficos**, con un conjunto dinámico de maneras de hacer, de pensar y de decir, apropiándose de las coordenadas del tiempo y del espacio por medio de diferentes estrategias de ritualización. Estrategias que se legitiman a partir de su exhibición pública, haciéndose visibles por medio de diferentes elementos culturales que en la actualidad son, sobre todo, estilísticos. Vestimenta, gestualidades, jergas, altera-

15 DELGADO, Manuel (2002): “Estética e infamia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes urbanos” en FEIXA, Carles; COSTA, Carmen; PALLARÉS, Joan (eds.): *Movimientos juveniles en la Península Ibérica. Graffitis, grifotas, okupas*. Editorial Ariel. Barcelona, (pp. 115-143).

ciones corporales, etc. constituyen los signos y los símbolos de unas microculturas juveniles capaces de fundar verdaderas colectividades, pequeñas sociedades que Delgado (2002:117) identifica como <<auténticas asociaciones de consumidores, en la medida en que los individuos que asumen tales formas de hacer pretenderían fundar su vínculo a partir no de sus condiciones reales de existencia, ni de sus intereses prácticos, sino de inclinaciones personales que sólo pueden verse satisfechas en y a través del mercado. Lo que asegura en estos casos la solidaridad entre los miembros de esta sociedad y regula sus interacciones externas e internas son unas puestas en escena, el marco predilecto de las cuales es el espacio público que colonizan, ya sea apropiándose de alguno de sus lugares, ya sea creando sus propios itinerarios en red para atravesarlo. En una palabra, estamos ante grupos humanos integrados en el criterio de reconocimiento intersubjetivo de los cuales no se funda en un concierto entre conciencias, sino entre experiencias, y en el seno de los que la codificación de las apariencias parece jugar un papel central. Cultura en este caso se utilizaría no tanto para hacer referencia a una manera coherente de vivir, como para designar una forma no menos coherente de parecer>> (Delgado, 2002:117).

Tal y como vimos en los dos capítulos precedentes, la aparición de la cultura juvenil coincide con la aparición del consumidor adolescente¹⁶. Es importante destacar, en todo caso, cómo los artículos de consumo de la música y la moda, la cultura popular de los medios de comunicación, las formas de diversión, etc. proporcionan los materiales simbólicos a partir de los cuales los jóvenes elaboran su cultura corriente. Sin embargo, hay que admitir también que su cultura corriente está ligada al mundo social, pues la elaboración de flujos de significados y valores se combina con los materiales simbólicos proporcionados por la escuela, la familia, el origen social, etc. Esta cultura corriente es la que proporciona a los jóvenes unas coordenadas a partir de las cuales construyen los mapas de significado, las identidades y las transiciones a la vida adulta, que son diferentes a las transiciones de sus progenitores (Martínez, 2003)¹⁷. Esta cultura corriente es el resultado del trabajo cultural de los jóvenes para adaptarse a las nuevas condiciones sociales, al estadio de incertidumbre si seguimos las argumentaciones de Beck (1992), y **obtener así una sensación de seguridad a partir de la creación de estilos de vida en los que se combinan lo que ha sido transmitido por los adultos con la novedad**. Y como que la tradición ya no transmite un entorno normativo e institucional rígido que oriente a los jóvenes en su transición a la vida adulta, este trabajo simbólico a partir de los artículos de consumo será muy importante para decidir la pluralidad de opciones que tienen a su alcance.

16 FERNÁNDEZ CAVIA, Josep (2003): *El consumidor adolescent. Televisió, marques i publicitat*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. Barcelona.

17 MARTÍNEZ, Roger (2003): *Cultura juvenil i gènere*. Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 21. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

10.3. Consumo y estilos de vida

La propagación de las modas, la música, la jerga, las formas de baile y las actividades de ocio de las culturas juveniles ha inducido a algunos a anunciar el nacimiento del “adolescente global”. La mitad de la población mundial tiene menos de 20 años. Pam Nilan (2004:41-42) nos advierte como <<se proclama con entusiasmo que estos millones de adolescentes escucharán la misma música, verán las mismas películas, llevarán la misma ropa hasta hacer surgir el adolescente global, tanto en proporción como en perspectiva>>.

No cabe duda que las empresas de software educativo, las divisiones de investigación de mercado de las grandes marcas comerciales, y los fabricantes de productos juveniles son los que han demostrado mayor interés en impulsar la idea del “adolescente global” (Klein, 2001)¹⁸. Además, los “adolescentes globales” están conectados a través de la globalización de los medios de comunicación (la “sociedad de redes”, Castells (1996)¹⁹, así que, aunque se trate de semejanzas superficiales, cierta homogeneización cultural se vierte sobre los jóvenes de todo el mundo.

La producción de bienes y mercancías dirigidas a los jóvenes desde una industria globalizada, no ofrecen tan sólo productos, sino “estilos de vida”. La posesión o acceso a determinados tipos de productos implica acceder a una particular manera de experimentar el mundo, que se traduce en adscripciones y diferenciaciones identitarias (Reguillo, 2000)²⁰.

No podemos defender, por lo tanto, que la condición juvenil implique ser miembro de una cultura común. La cultura juvenil no es uniforme ni evidente por ella misma, sin embargo, a través de ella podemos comprobar cómo el sistema de consumo permite a los jóvenes salvar su condición intersticial y redimir en el plano simbólico sus incertidumbres y, por supuesto, sus fracasos en el plano de la lucha por la promoción social y por el disfrute de un mundo todo él hecho de objetos codiciables. Tal y como lo apunta Delgado (2002:117-118), <<inmersos en una lógica racional cuyos efectos serían eminentemente simbólicos, los objetos de consumo devienen fuentes repertoriales para la construcción social de la identidad, la puesta en escena del self, el atrezzo básico con qué construir el personaje del que cada cual se inviste en sus interacciones>>.

Los estilos de vida mediatizados por el consumo juvenil configuran su espacio social y cultural. Tal y como demuestra Bourdieu (1988) en *La Distinción*²¹, los

18 KLEIN, Naomi (2001): *No logo: el poder de las marcas*. Edit.Paidós. Barcelona.

19 CASTELLS, Manuel (2001): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Contiene los tres volúmenes: *La Sociedad Red*, 1996; *El Poder de la Identidad*, 1997; *Fin de Milenio*, 1998. Edit Alianza. Madrid.

20 REGUILLO, Rossana (2000): “Entre la insubmissió i l'obediència. Cossos juvenils i polítiques d'identitat” en FEIXA, Carles i R. SAURA, Joan (eds.): *Joves entre dos móns. Moviments juvenils a Europa i a l'Amèrica Llatina*. II Fòrum d'Estudis sobre la Joventut. Universitat de Lleida. Secretaria General de la Joventut. Barcelona, (pp. 109-122).

21 BOURDIEU, Pierre 1979 (1988): *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus. Madrid.

artículos y bienes de consumo propician una coherencia hecha de unidades de gusto, a partir de la cual se pueden distribuir y autoaplicar identificaciones²².

La racionalidad de las relaciones sociales, organizada a partir de mecanismos de distinción simbólica, lleva a ocupar a los bienes de consumo un lugar preeminente en la actualidad. **El consumo adopta entonces un papel estratégico que especialmente a los jóvenes les permite establecer nuevas formas de ritualización y procesos de enculturación propios desde los que autodiseñar sus identidades**²³. Su ostentación, el valor simbólico de los objetos de consumo a nivel de representación, dramaturgias y códigos de diferenciación, permite a cualquier grupo social –los jóvenes en este caso– ser distinguidos en el espacio público. <<Expulsados o todavía no admitidos en las instituciones primarias, insatisfechos en su no-papel, flotando en zonas estructuralmente de nadie, encuentran en el espacio público el paradigma mismo de su situación de incertidumbre, de su liminalidad. En unas calles en que todo el mundo es nadie en concreto o cualquiera en general, ensayan sus primeros éxitos contra la ambigüedad estructural que les afecta. Ya no han podido encontrar aún su lugar en el sistema de parentesco ni en el campo profesional; en la medida en que no han dado tampoco con una organización solvente de la realidad en unas grandes ideas políticas o religiosas cada vez más desprestigiadas; en tanto que esperan ser admitidos en el futuro que paradójicamente ellos vienen a representar, y en tanto el lugar que han dejado en la infancia es ya irrecuperable, procuran ser en los espacios abiertos de la vida urbana lo que la vida social todavía no les deja ser: alguien. La parafernalia estética a que con frecuencia se abandonan les permite operar una segregación perceptual, crear un diferencial semántico sobre un plano de fondo que no es monocromo ni homogéneo, sino, al contrario, hiperdiverso, heterotópico, impredecible. En un dominio de la alteridad generalizada, aspiran a ser identificados, localizados, detectados con claridad. Sobre un escenario caótico, ellos consiguen suscitar un foco de organicidad, una colonia, un poco de territorio –por nómada que sea–, una posibilidad de reconocimiento mutuo en un maremágnum todo él hecho de desconocidos identificables>> (Delgado, 2002: 119).



Una vez tuve la oportunidad de entrevistar a varios alumnos de la Escuela de Arte de Tarragona. El edificio de la Escuela forma parte del complejo educativo en el que se encuentra la facultad de Ciencias de la Educación y Psicología de la URV. En motivo de un curso de créditos libres titulado *Típics i Tòpics Juvenils* y que diri-

22 Una valiosa aplicación empírica de este enfoque, en parte deudora de las tesis de Bourdieu, la encontramos en MARTÍNEZ, Roger i PÉREZ, J.D. (1997): *El gust juvenil en joc*. Diputació de Barcelona.

23 El consumo afecta también a la “marca escolar”, elegir colegio por sus formas, por su representación en la escala social. Del dime con quién andas y te diré quién eres, pasamos al dime qué tienes o llevas y te diré cómo eres.

gimos a alumnos de diferentes carreras de la universidad, se propuso un pequeño trabajo de campo a los alumnos matriculados con el fin de entrevistar y fotografiar a jóvenes de la Escuela de Arte²⁴. En el complejo, los alumnos de la Escuela siempre han sido los más vanguardistas. Sus estéticas atrevidas han llenado de color y exotismo el bar de la facultad. Resultaba extraño que pasaran desapercibidos.

En aquellas fechas anoté en mi diario de campo algunas de las ideas más interesantes después de entrevistar a una joven de 19 años y uno de 20 junto a alumnos del curso. El párrafo que citamos nos parece ilustrativo a modo de ejemplo sobre lo argumentado hasta ahora.

Avui hem conegut dos joves de l'Escola d'Art que els alumnes del curs reconeixen com a "marcadors de tendències". Una de les sessions del curs la volem dedicar al tòpic de la moda juvenil i entre els alumnes hi ha hagut cert acord a l'hora de triar l'Escola com un dels espais socials juvenils on poder trobar les estètiques més barroques i les subcultures més espectaculars. Buscàvem nois i noies que causessin algun efecte, i que, al mateix temps, ens permetessin dibuixar uns prototips juvenils identificables segons les maneres de vestir. No ha estat difícil comptar amb la col·laboració dels joves que han format part de la mostra. L'actitud exhibicionista era la majoritària i sembla que obtenien cert plaer narcisista al veure's contemplats (...)

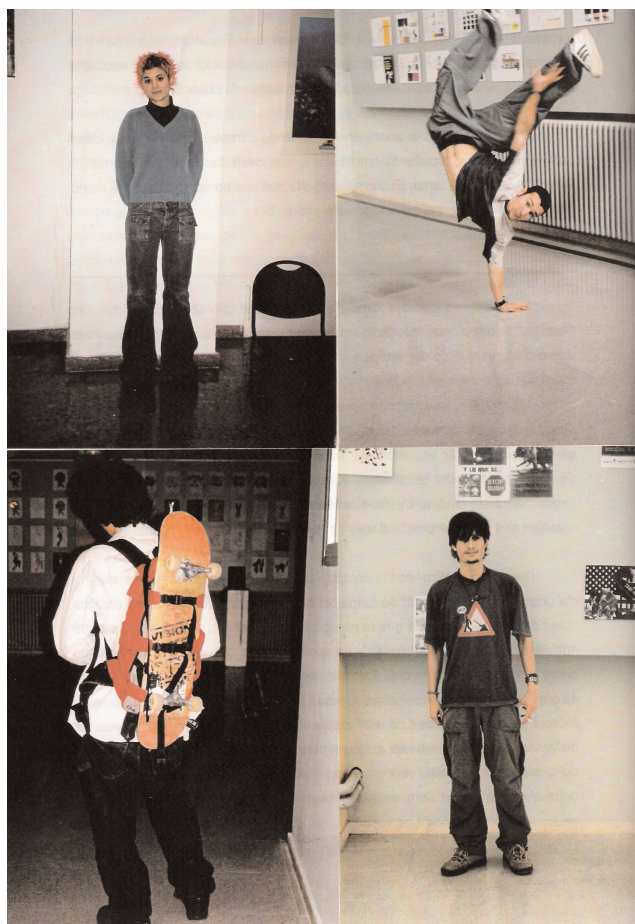
Després d'explicar-nos la composició de la seva vestimenta, una alumna del grup els hi ha preguntat de forma molt directa si amb la seva opció estètica volen dir alguna cosa més que la resposta tòpica del "em vesteixo així perquè em sento a gust amb mi mateix". La veritat és que ha estat difícil recollir un discurs mínimament coherent. Ambdós han verbalitzat que l'únic que tenen clar és que detesten el gust majoritari, la moda més comercial, i que el que volen és jugar amb la roba, definir un estil propi, encara que això suposi haver-se de disfressar una mica... Arribats a aquest punt, jo els hi he preguntat si aquest joc del que parlen no és més seriós del que ens volen fer creure, encetant un debat entre el mateix grup d'alumnes que intervenien com a entrevistadors en la nostra activitat. Tots han estat d'acord en una afirmació: la forma de vestir, el mateix culte a la moda (entesa com aparença i imatge d'un mateix), és un camí que cal recórrer en la recerca d'una identitat... Tenen tanta necessitat de reconèixer-se en una imatge ben definida, com en la de ser reconeguts pels altres, mentre suposats plantejaments contestataris o manifestacions de rebel·lia sostingudes en vagues abstraccions ideològiques passen a un segon terme.

"M.: -Sé que resulto estranya, que de vegades la gent no pot estar-se de mirar-me quan passejo pel carrer. Fins i tot, els meus pares no saben com reaccionar quan em veuen a l'habitació preparant-me per sortir de marxa... La veritat és que fa gràcia tanta sorpresa... Són incapaços d'adonar-se que porto una faldilla de la mare quan era jove després d'haver regirat un armari on tots dos hi guarden peces de la seva època hippie. Sé que no els espanta, però preferirien que no hagués de donar la nota amb la meva vestimenta quan he de sortir al carrer..." Val a dir que avui l'enganxàvem en un dia poc "espectacular"...²⁵.

24 En la página siguiente se presentan las fotos de algunos de ellos.

Estudio de campo. Archivo fotográfico de estilos juveniles. Octubre de 2003.

25 Diario de campo, 12 de octubre de 2003.



Los productos de consumo no son sólo vehículos para la expresión de las identidades juveniles, sino dimensión constitutiva de éstos. La ropa, por ejemplo, cumple un papel central para reconocer a los iguales y distanciarse de los otros, adquiriendo una potencia social capaz de establecer la diferencia con la que una mirada superficial puede leer homogeneidad en los cuerpos juveniles (Reguillo, 2000). Pero estos distintivos también fueron propios de las sociedades estamentales. En la Edad Media eran una convención, ahora son pura anarquía estética.

Las variedades en los estilos y las movilizaciones estéticas de los jóvenes son tan numerosas como difíciles de identificar. Toda su expresividad parece destinada a argumentar lo que Patrice Bollon (1992)²⁶ ha llamado una rebelión basada en la más-

26 BOLLON, Patrice (1992): *Rebeldía de la máscara*. Edit. Espasa-Calpe. Madrid.

La autora realiza un interesante recorrido histórico por los movimientos juveniles que han manifestado sus rupturas a partir de la distinción estética.

cara. Una rebelión sin pretensiones reivindicativas, que no plantea impulsar ningún movimiento social encabezado por jóvenes como pudo haber sucedido en los años sesenta. Simplemente, visibilizar una identidad, ser distinguidos, asumir algún tipo de jerarquía, a falta de verdadero poder, en el entramado anónimo del espacio social.

Si la razón ideológica ofreció en algún momento el modelo de identificación social, ésta se ha visto substituida por la estética de lo sensible.

Des de los años sesenta, todo ello va acompañado de un formidable resorte industrial. En el capítulo precedente hemos visto hasta qué punto un barrio entero en Londres se revitalizaría con la apertura de negocios y tiendas dispuestos a proveer toda clase de productos que reclamaría la nueva cultura juvenil. Aquellas minorías juveniles renovadoras y rebeldes se convertirían rápidamente en un producto comercial.

De este marco no pueden escapar todos aquellos jóvenes que hacen de la apariencia una bandera “contestataria” (Riviére, 2002)²⁷. Las marcas de distinción con las que muchos jóvenes se invisten son rápidamente asimiladas por la industria del consumo resultando frustrantemente infructuosas. Esto es especialmente cierto en el sistema comunicacional que para los jóvenes representa la moda. Margarita Riviére (2002:91-92) lo argumenta del siguiente modo:

<<(…) los jóvenes que afirman a través de la originalidad su negativa a vestir las ropas comunes (de moda) acaban reproduciendo los mismos mecanismos de los que protestan. No sólo eso, sino que sus posibles ideas “contestatorias” pueden acabar completamente integradas en la moda oficial. Así ocurrió con los tejanos, con lo punk y con tantas otras cosas>>

En el ámbito, pues, de las *distinciones aparentes* resulta muy difícil hablar de culturas juveniles opositivas. Si esperamos que el lenguaje juvenil que se genera a través de la estetización simbólica exprese alguna insignia de transgresión nos encontraremos con un mensaje adulterado, mediatizado e instrumentalizado en sus líneas más generales.

Tal vez el juego de las máscaras y el disfraz cabe interpretarlo como una burla que ciertos jóvenes han escogido para manifestarse a través de su imagen. En la entrevista recogida en mi diario de campo y citada anteriormente podíamos ver algo de ella en el caso de M. Sin embargo, ese juego, esa búsqueda de identidad a través de la distinción, ese baile de máscaras y apariencias en las que el joven busca reconocerse serán incorporados como unos de sus más importantes procesos de enculturación. En realidad –como nos advierte Reguillo (2000)- los jóvenes se juegan ahí muchas más cosas que la superficialidad o la ligereza del ser.

10.4. Culturas juveniles alternativas y trabajo simbólico

Las estrategias de distinción que ponen en juego los jóvenes constituyen mecanismos profundos de producción de identidades. Con ellas, se abren a la vez múltiples

27 RIVIÈRE, Margarita (2002): “Moda de los jóvenes: un lenguaje adulterado” en RODRÍGUEZ, Félix (Comp.): *Comunicación y cultura juvenil*. Ed. Ariel. Barcelona, (pp. 87-92).

formas de resistencia. **Los jóvenes no dejan de ejercer su expresión creativa por el hecho de asumir las tendencias y los productos de la cultura mediatizada y de masas.** Willis (1998)²⁸ demuestra cómo los elementos comercializados de la cultura popular (muchas veces denominada cultura de masas), proporcionan las materias primas con las que los jóvenes trabajan para crear nuevas formas culturales, sintetizadas y modificadas, que son propias de la juventud y las subculturas juveniles, y que surgen de éstas.

En su libro *Common Cultura (1990) (Cultura viva, 1998)*, utiliza el término “trabajo simbólico” para expresar la creación cotidiana de significado e identidad en el mundo social. En sus propias palabras, el “trabajo simbólico” es definido como <<*l'aplicació de les capacitats humanes, en totes els aspectes, als recursos simbòlics i a les primeres matèries -col·leccions de signes i símbols; per exemple, el llenguatge que heretem, com també els textos, les cançons, les pel·lícules, les imatges i els artefactes de tot tipus- per tal de produir significats*>> (Willis, 1998:10). Según el autor, el trabajo simbólico es tan “necesario” como fundamental para la producción y la reproducción de la vida cotidiana como la misma supervivencia material. Así, **la búsqueda activa de identidades alternativas por parte de algunos jóvenes encuentra en el “trabajo simbólico” un claro sentido compensatorio, una respuesta positiva ante su falta de lugar en el mundo o el retraso en las transiciones a la vida adulta.**

En la participación de los jóvenes en múltiples estilos culturales (o de creación de estilos de vida) es donde mejor se ven sus trabajos simbólicos y expresiones creativas. En el contexto de la cultura juvenil, dicho proceso constitutivo de vislumbrar las posibilidades creativas y realizarlas se produce más a menudo en el nivel de la actividad grupal (Willis, 1998). La mayoría de los jóvenes urbanos pasan algún tiempo involucrados de manera identificable en culturas de estilo urbano, aun cuando esto simplemente significa llevar un estilo y color particulares de marca de vaquero, al igual que el resto de sus amigos.

Se puede entender la constitución de culturas juveniles como un proceso de formación y de dotación de significado de identidades a escala grupal. Tal y como defiende Reguillo (2004)²⁹, una lectura crítica debería acercarse a estas expresiones culturales juveniles como un conjunto heterogéneo de expresiones y prácticas socioculturales que operan como símbolos del profundo malestar que aqueja a las sociedades, y que en los gestos más espontáneos y lúdicos, radican pistas claves a ser desentrañadas desde la teoría crítica. <<*La producción y el consumo cultural, las adscripciones identitarias alternativas, las manifestaciones artísticas, el uso social de Internet y otros dispositivos tecnológicos, al deambular por territorios diversos (incluido el centro comercial), la adhesión itinerante a causas y procesos sociales, se inscriben, al igual que otro conjunto de prácticas más “tradicionales”, en un contexto de acción y en un universo simbólico. Ello significa que ninguna*

28 WILLIS, P. i altres 1990 (1998): *Cultura viva*. Diputació de Barcelona.

29 REGUILLO, Rossana (2004): “La performatividad de las culturas juveniles” en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 64. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 49-56).

práctica está “fuera de lo social”, lo que en términos de análisis debiera traducirse en la capacidad del analista de ubicar el conjunto de expresiones, procesos, acciones, objetos que estudia, en el entramado de las gramáticas que los hacen posibles o los obstaculizan>> (Reguillo, 2004:53).

Demasiado a menudo las expresiones juveniles se desdramatizan, lo que la autora denomina como performatividad juvenil, cuando desde el campo de la investigación académica, o los estudios realizados para el diseño de políticas de juventud se atiende, sobre todo, a las dimensiones tribales: códigos, emblemas, valores y representaciones que cohesionan al grupo, en detrimento de las dimensiones institucionales y del papel de la economía política como rearticuladora de los sentidos de pertenencia y ciudadanía, invisibilizando así el verdadero conflicto. <<Las canciones, el no a la política, el (aparente) desentendimiento del mundo, el instante que se fuga, el uso del cuerpo, no pueden dejar de expresar performativamente una posición con respecto a la sociedad en la que se habita. La cultura anarco-punk, la raver o electrónica, la gótica y sus constantes réplicas, expresan de otra manera el mismo malestar que los movimientos juveniles anti-globalización: una crítica ensordecedora, un dolor disfrazado de ironía indiferente, una angustia afásica travestida de gozo>> (Ídem: 52).

10.4.1. El caso de O.³⁰

O. es un joven de 26 años que vive en casa de sus padres. Es el menor de tres hermanos con los que se lleva una diferencia de diez y quince años respectivamente. Su madre siempre ha sido ama de casa y su padre fue pre-jubilado hace dos años. En el momento que lo conocí, a su padre acababan de diagnosticarle un principio de demencia a causa de la enfermedad de Alzheimer.

El matrimonio y su hijo llevan diez años viviendo en el domicilio actual. Ambos padres provienen de la inmigración rural y, en la ciudad de Tarragona, donde se trasladaron en busca de trabajo, siempre han vivido en el mismo barrio de clase media-baja y trabajadora.

Si uno observa a O. sin conocerlo, puede llegar a pensar que es hijo de una familia mucho más acomodada. Sin duda, presta atención a la apariencia física, a parecer lo que cree que es, un “joven alternativo”.

Decir que O. se identifica con una subcultura juvenil de carácter alternativo es demasiado vago para tratar de describirlo. En todo caso, lo que se observa es que O. mantiene un “estilo de vida” en el que no se reconoce como adulto a pesar de su “edad fronteriza”. Hace cuatro años que acabó su diplomatura de Magisterio de Educación Física y, desde entonces, su vida ha sido un ejemplo de nomadismos de todo tipo: una estancia de nueve meses en Londres, donde llegó a trabajar en tres oficios diferentes, un retorno a España para dar clases de Educación Física contratado por la AMPA de una escuela, substituciones en tres escuelas más como maestro de Educación Física y trabajos esporádicos algo precarios en los dos últimos veranos...

³⁰ Caso recogido en los apuntes de mi diario de campo. Noviembre de 2004.

O. es consciente de estar pasando ciertas dificultades económicas. El poco dinero que ha podido ahorrar y el hecho que sus padres reciben pensiones bajas contribuyen a ello. Con 26 años es consciente también que empieza a llevar cierto retraso en su transición adulta, si el estatus adulto lo definimos desde parámetros que acostumbra a manejar el Estado como la emancipación familiar, la estabilidad afectiva (pareja), la inserción laboral, la autosuficiencia económica, etc. La respuesta de O. ante su situación es contundente: “-Formamos parte de una generación de expectativas limitadas. Yo soy hijo de un hogar humilde, de clase trabajadora, pero amigos míos con padres más bien situados, encargados de planta en fábricas o profesiones liberales, se encuentran en la misma situación que yo. Si no tienes a nadie que te pueda colocar, ahí fuera sólo te esperan trabajos-basura en los que sólo explotan a la gente... No te creas... muchas veces me pregunto para qué habré estudiado... Bueno, con lo que gano haciendo substituciones, y mientras mis padres no me pidan alquiler, voy tirando. Es frustrante, sí, pero uno aprende a valorar otras cosas...”

Ese orden de cosas no queda del todo definido por parte de O. Existen elementos en los que se intuye un estilo de vida alternativo. En primer lugar, se percibe una actitud. Una actitud que tiene valor en sí misma y que no es deudora de fuertes compromisos ideológicos. Sólo pretende procurarse una identidad individual y con ella quiere dejar claro que no atiende a los reclamos de la cultura juvenil más comercial. Aunque afirma huir de la cultura del consumo, comprobamos que no deja de hacerlo. Digamos que esquivo el más mediatizado, porque dos fines de semana al mes va a Barcelona en busca de películas en las salas de cine independiente, asiste con regularidad a bares y clubes en las que se preparan todo tipo de performances y es un buen lector de libros que critican la globalización... “-Quiero hacer de esta actitud mi estilo de vida -me dice O.-, y no sabe si eso “tiene futuro”. Su situación es precaria, pero, en cambio, se mantiene al día en lo que él llama “alternativo” y las culturas de la “contestación”. Y, en realidad, no le supone ningún esfuerzo. Con “estar ahí” es suficiente, porque O. no se adscribe a ningún colectivo de lucha. Sólo quiere sentir la tranquilidad que a él “no lo engañan”: “-No tengo un trabajo digno, ya no digamos fijo o estable, con el que sin duda haría feliz a mis padres y podría emanciparme como hicieron mis otros hermanos... Pero a mí no me engañan, no quiero vivir agobiado, sólo quiero estar tranquilo”.

Su tranquilidad es vivir sin perder la toma de conciencia y poder expresar así su individualidad, elevándola a la altura de los parámetros de cualquier joven con éxito. Porque se trata, precisamente, de afirmarse en su individualismo, no para conseguir nada de afuera sino para defenderse de caer en la ciénaga de la aborrecida sociedad actual. O. no aspira a transformar la sociedad. Pasa de ella y con su actitud “alternativa” pretende proclamar tan sólo su liberación particular. Sentirse libre para ser él mismo.

Talvez este “individualismo expresivo” aparecía antes como un carácter de la clase media alta, pero ahora el grupo que más lo representa se ha conformado con una notable proporción de chicos y chicas de extracción obrera cuyas elecciones y estilos de vida han llegado a convertirse en referencias de moda. El caso de O. es el de un digno representante.

Presentar el caso de O. nos ofrece una clave de lectura fundamental en nuestro estudio. Su importancia radica en la necesidad de saber apreciar el drama de su

existencia por lo que se refiere a las elecciones a partir de las cuales O. debe construirse cotidianamente. Una construcción que nos devuelve a las claras hasta qué punto los jóvenes están atrapados en esas esferas de transición, cargadas de fragmentos aislados y autorreferenciales que, sin duda, endurecen las fronteras de mundos separados y encerrados en sí mismos.

Los jóvenes encuentran en esos espacios los refugios desde los que asegurar su supervivencia personal. Fuera de las fronteras psicosociales de ese refugio, compartido a veces con unos pocos pares, el joven es percibido como un ser extraño, a menudo irresponsable, casi siempre como un estereotipo.

Será a través del consumo y los estilos de vida que los jóvenes acaban encontrando la aceptación y confianza consigo mismos. Conseguir un consumo adecuado, tal y como hemos visto más arriba, no es sólo cuestión de dinero, sino también de gusto, que implica un trabajo simbólico importante con los significados que se acabarán atribuyendo a los artículos de consumo.

Este trabajo simbólico supone tener que negociar la especificidad individual con los significados sociales externos. En este punto -tal y como hemos visto en el caso de O.- el joven plantea la paradoja de su elección individual frente la influencia estructural y comercial, tratando de percibirse a sí mismo como un ser auténtico, original y no determinado mientras que los otros pueden aparecer como falsos, estandarizados y determinados por las influencias del mercado y la moda.

El trabajo simbólico que realizan los jóvenes de los materiales culturales en cualquiera de sus formas (música, ropa, actividad físico-deportiva, etc.) es utilizado como una estrategia relacional que les permitirá establecer alianzas o rivalidades de acuerdo a sus opiniones identitarias. En la mayoría de los casos, podemos aplicar las tesis de Bourdieu (1988) sobre el determinismo cultural al comprobar que las elecciones de los jóvenes son un reflejo reproductor de la identidad que poseen de acuerdo a la posición que ocupan en la estructura social. Pero no podemos dejar de reconocer hasta qué punto para muchos jóvenes el trabajo simbólico sobre sus materiales culturales se convierte en una estrategia transformadora.

Este uso estratégico de las actividades culturales de los jóvenes ha sido utilizado por la Escuela de Birmingham para investigar, por ejemplo, el comportamiento de las diferentes subculturas juveniles (Martínez, 2004)³¹. El concepto clave que se lanzaría desde la Escuela de Birmingham para investigar los comportamientos juveniles sería el de la resistencia a través de los rituales (Feixa, 1998)³², es decir, el uso estratégico que hacen los jóvenes a través de sus rituales para enfrentarse activamente al control social que intentan ejercer sobre ellos los diferentes agentes del mundo adulto: la familia, los profesores, las autoridades escolares, la policía, los trabajadores sociales... Sin duda, una resistencia como ésta no es individual sino grupal y colectiva, y una estrategia cultural como la asistencia a una rave

31 MARTÍNEZ, Roger (2004): "Culturas vivas. Una entrevista a Paul Willis" en *De las tribus urbanas a las culturas juveniles*. Revista de Estudios de Juventud, nº 64. INJUVE. Madrid, (pp. 123-136).

32 FEIXA, Carles (1998): *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la Juventud*. Edita Ariel. Barcelona.

o un concierto de música se convierte en una ceremonia donde se sella la solidaridad ritual del grupo de jóvenes que resisten juntos para defenderse de los adultos (Gil Calvo, 2003)³³.

10.4.2. El lugar de las chicas

Retorno de nuestro viaje a Amsterdam. Son las 6h. de la mañana y esperamos el tren que nos llevará a Bruselas sentados en el hall de la estación mientras buscamos acomodo entre nuestras mochilas. A nuestro lado, empiezan a llegar grupos de chicas y chicos jóvenes vestidos de negro que hacen lo propio entrecruzando sus cuerpos tirados por el suelo. A ninguno se le escapa mantener un premeditado gesto de zombie. De pronto, recordamos que se trata del mismo grupo de jóvenes que por la noche hacían cola en la entrada de una iglesia a la espera de iniciar una fiesta gótica. Un dato nos sorprende. La mayoría de grupos que van llegando a la estación están constituidos por chicas. No podemos dejar de preguntarles y nos empiezan a explicar que esta noche se estrenaban en la capital holandesa tres grupos musicales de tendencia siniestra. Uno de ellos, exclusivamente femenino, era de su ciudad, Rotterdam, motivo por el que a las 6h de la mañana las encontramos ahora en la estación³⁴.

No escapa a los observadores asociar las culturas juveniles más espectaculares a los chicos (Martínez, 2003), entre otras cosas, porque el género femenino siempre ha estado sometido a mayor control social. Sin embargo, el sexo es muy importante en la lucha contra los convencionalismos puritanos, y en territorios de tradición protestante como Holanda, por citar uno de los países en los que hemos realizado trabajo de campo³⁵, nos muestran hasta qué punto las chicas han ocupado la esfera más radical y bohemia de la juventud, teniendo en cuenta que en las primeras subculturas juveniles la búsqueda existencial sería asumida mayoritariamente por el género masculino.

La mayoría de las culturas juveniles más radicales muestran una masculinidad muy estereotipada. Pensemos, por ejemplo, en los *punks* y los *skin-heads*. No es extraño, pues, que subculturas aparentemente más suaves, intimistas y refugiadas en mundos que exaltan componentes más mágicos y esotéricos encuentren en las chicas a sus más fieles seguidoras. Nuestra experiencia en Amsterdam, que ya vivimos de forma similar el año anterior en Berlín al asistir a una discoteca de la ruta *techno* más *underground* del ambiente nocturno de la ciudad, nos hace reflexionar sobre las vivencias de género cuando los jóvenes y las jóvenes negocian sus identidades a través del trabajo simbólico que realizan con sus prácticas culturales.

33 GIL CALVO, Enrique (2003): "La veu de la identitat. Música, estratègia i reflexivilitat" en FEIXA, Carles; SAURA, Joan R. y DE CASTRO, Javier (eds.): *Música i ideologies. Mentre la meua guitarra parla sua-ment...* III Fòrum d'Estudis sobre la joventut, 2000. Universitat de Lleida i Secretaria General de la Joventut. Barcelona.

34 Diario de Campo. "Viaje a Holanda", septiembre de 2001.

35 Des del año 1998, tal y como dijimos en el primer capítulo de la tesis, hemos viajado por diferentes ciudades europeas (París, Londres, Berlín, Amsterdam), Marruecos (Marrakech, Rabat, Fez, Essaouira, Casablanca, Tánger, Chef-Chauen) y EE.UU. (Nueva York).



Lesslee Sobietsky en *Educando a J* ³⁶

Y no queremos dejar de destacar cómo muchas chicas ofrecen modelos de resistencia alternativos a los estereotipos más espectaculares asociados al mundo masculino. Sin ir más lejos, en nuestro país debemos sobre todo a mujeres vanguardistas como Alaska la irrupción de las culturas juveniles más modernas. Y que a partir de ellas hayamos visto reducir, por ejemplo, las diferencias entre los modos de vestir de los jóvenes y las jóvenes, con prendas que se feminizan y ganan en sensualidad y cromatismo, para acabar imponiendo una moda *unisex* que se extenderá a diferentes ámbitos de la vida de los jóvenes.

Los estilos de vida más espectaculares –como el de las chicas siniestras de la estación de tren de Amsterdam– representan con cierta pureza lo que se entiende por ser joven en el marco de la cultura juvenil, en la búsqueda de una autenticidad alejada de cualquier conformismo adulto. Y es que la distinción entre lo auténtico y lo comercial sirve para establecer jerarquías en el espacio social juvenil. Martínez (2003:29) demuestra cómo a la normalidad comercial se le atribuye cierto afeminamiento: *<<la tesi és que les noies tendeixen menys a l'espectacularitat i més a la normalitat, encara que òbviament també hi ha noies espectaculars i, a més, la majoria dels nois són "normalets". La visió dominant identifica l'espectacularitat amb la virilitat, i la normalitat amb un cert efeminament, en el sentit que es percep com a més passiu, amorf i conformista. Des del punt de vista dels estils espectaculars i anticomercials, la idea de normalitat s'associa a la de comercialitat i, de fet, totes dues es donen la mà>>*.

Para las chicas, participar en las “subculturas” más provocadoras siempre ha implicado una ruptura mucho más fuerte que la de los chicos, atendiendo a las expectativas que el entorno deposita sobre ellas. Sin embargo, su tendencia a practicar un consumo ligado al espíritu romántico del consumo moderno, el que haría, por ejemplo, perderse en ensoñaciones a Madame Bovary, y que se vehicula en las culturas

³⁶ LATI, Christine (2001): *Educando a J. ¿te atreves?*. EE.UU – Alemania.

El film del que hemos escogido este fotograma en el que aparece Lesslee Sobietsky encarnando a J., la adolescente rebelde sobre la que se desarrolla la historia de una transformación, es una buena metáfora sobre la que reflexionar acerca de la educación juvenil.

juveniles a través del pop -tal y como señala Martínez (2003)-, les permite también liberarse del territorio “adulto” mediante prácticas visiblemente menos rupturistas y provocadoras y, por consiguiente, menos “costosas” para ellas. Constatamos con ello que existen materiales culturales que son exclusivos para las chicas, y que de alguna manera se encuentran al margen del gusto legítimo -no tan sólo des del punto de vista de la Cultura, sino también des del punto de vista de la cultura juvenil-.

En un grupo de discusión que organizamos en mayo de 2002³⁷ en el que participaron siete chicas y tres chicos en el marco de la asignatura de Animación Sociocultural, una de las chicas planteó el interrogante de por qué los chicos no podían admitir públicamente su gusto por la música comercial de las listas de éxitos cuando en realidad llenaban con su presencia las pistas de baile de los *pubs* de moda de la ciudad. Martínez (2003) apunta que cuando se habla de feminidad y masculinidad en este contexto debe hacerse de una manera selectiva y parcial en relación con el eje que distingue entre lo que es comercial y lo que no, y que considera la resistencia a la imposición de la comercialidad como una muestra viril de fuerza y criterio propio, y la ausencia de esta resistencia, como una muestra de conformismo que se asocia al afeminamiento. Sin embargo, es necesario aproximarse a las vivencias femeninas de la cultura juvenil y destacar, por ejemplo, su auténtico protagonismo ante fenómenos como la cultura de las *fans*, las revistas de adolescentes, las teleseries de institutos, el baile, la ropa, el maquillaje, etc.

En este sentido, en mi trabajo como educador social en poblaciones “rurales” del interior de la comarca del Baix Penedès, y valiéndome de los datos recogidos en las memorias de los Servicios Sociales correspondientes a los años 2003 y 2004³⁸, he podido comprobar cómo el 40% de las consultas realizadas directamente por los padres a la hora de solicitar nuestro servicio tenían que ver con dificultades de relación con sus hijas adolescentes al no poder comprender ni controlar sus comportamientos cuando descubren que faltan a clase, se encierran en las casas de otras amigas aprovechando la ausencia de los padres para escuchar música, intercambiarse ropa, ensayar con el maquillaje, o se pasan el día pensando sólo en salir y refugiándose en la comunicación con sus iguales mediante sms de móvil y llamadas perdidas a cada hora, etc. Sirva de ejemplo el siguiente caso extraído directamente de las anotaciones recogidas en uno de los expedientes de seguimiento del EBASP del Ayuntamiento de La Juntcosa del Montmell³⁹.

Describimos algunas particularidades del contexto. El municipio de La Juntcosa del Montell en la Comarca del Baix Penedès tiene una configuración urbana y territorial que ha basado su crecimiento en la expansión de urbanizaciones

37 Diario de Campo. “Grupos de discusión”, mayo de 2002.

38 VV.AA. (Unitat Bàsica d'Atenció Social Primària) (2003): *Memòries dels Serveis Socials*. Àrea de Benestar i Polítiques d'Igualtat. Consell Comarcal del Baix Penedès. El Vendrell. (Material no editat).
VV.AA. (Unitat Bàsica d'Atenció Social Primària) (2004): *Memòries dels Serveis Socials*. Àrea de Benestar i Polítiques d'Igualtat. Consell Comarcal del Baix Penedès. El Vendrell. (Material no editat).

39 Expedient 14/2003. Full de Seguiment corresponent a l'abril de 2005. Professional Referent: Jordi Solé (Eduador Social). Equip Bàsic d'Atenció Social Primària (EBASP) del Consell Comarcal del Baix Penedès que presta els seus serveis a l'Ajuntament de La Juntcosa del Montmell.

alejadas del núcleo municipal. Como está ocurriendo en la mayoría de poblaciones rurales del interior de Catalunya, y que ocupan lo que se ha dado a conocer ya como el cuarto cinturón de Barcelona, los grandes promotores de la construcción han levantado urbanizaciones extensísimas de residencias adosadas y unifamiliares que han servido como foco de atracción de muchos ciudadanos del extrarradio de Barcelona seducidos por los precios de la viviendas y el entorno rural. El estilo de vida de esta nueva población es manifiestamente urbano y de barrio, que no sólo contrasta con el que mantiene la población autóctona que vive en el núcleo municipal y en el casco histórico, sino también con el que puede desarrollarse en un entorno sin equipamientos, ni servicios o zonas de ocio y comerciales como los de sus ciudades de origen. Este choque cultural es especialmente significativo para los jóvenes, sobre todo en aquellos casos que no consiguen abandonar sus referentes socio-culturales de los lugares de origen y que en las urbanizaciones se manifiestan de forma muy visible con un deambular de motos y paseos apáticos por las calles, transmitiendo la sensación a la sociedad adulta de aburrimiento, vacío y falta de expectativas.

• El caso de L.

6 d'abril de 2005: Avui he conegut la mare i la tieta de L. Abans que es presentessin ho he endevinat per la fesomia de les seves cares i perquè sabia que un dia d'aquests havien d'arribar al despatx, si no les citàvem nosaltres, perquè fa dies que des de l'institut ens estan informant de l'absentisme de L. i d'altres comportaments que es consideren de risc. Abans de seure a les cadires del despatx, i després que la Sra. G. es presentés com la mare de L., em demana que l'ajudi a trobar un centre per la seva filla perquè no sap què fer amb ella: "-Ya no puedo más. No sabemos qué hacer. Estamos teniendo muchos problemas con L. Nos enteramos que no va al Instituto y sólo tiene catorce años. Coge el autobús para bajar al Vendrell pero deja su mochila en la habitación, sólo piensa en salir y ya le he dicho que la voy a dejar sin móvil".

Ésta acostumbra a ser una demanda muy común que atendemos los educadores sociales de atención primaria. En ese mismo despacho del ayuntamiento pocos días antes vino una madre acompañada de su hija, la sentó en la silla, y me dijo que la dejaba allí para que le solucionara el problema. Sólo verbalizó que no sabía qué hacer con ella...

(...) Amb aquesta entrada ha calgut ajudar a la Sra. G. a clarificar la demanda entorn a la seva filla i que descrivís els problemes que ella viu com irresolubles en relació a aquesta. Poc a poc pot anar explicant quins són els conflictes que es viuen a casa i que, en principi, L. protagonitza i provoca. La Sra. G. es mostra especialment angoixada per la deserció escolar de la seva filla: "-No le gusta estudiar, nunca coge los libros ni hace los deberes... Antes no era así" i afegeix la preocupació per les companyies que L. té a la urbanització, el que creu que fan quan surten de festa, etc.

No entramos a valorar por nuestra parte el prejuicio de los comportamientos que la Sra. G. describe respecto a su hija. Tan sólo es capaz de decirnos que consume porros y tabaco y que los fines de semana se va a la zona de ocio del Vendrell con otras compañeras de la urbanización "acoplándose" en los coches de los mayores.

Mi compañera del EBASP y yo conocemos a L. por haber realizado alguna intervención de grupo en la urbanización. Hasta el día que conocemos a su madre,

yo he hablado en tres ocasiones con ella. En ninguna de las conversaciones mantenidas tratamos problemas familiares, entre otras cosas porque los encuentros fueron ante un grupo bastante numeroso de adolescentes de la urbanización. Pudimos hablar, sin embargo, de sus inquietudes, y que aquí relacionamos con los aspectos de la cultura juvenil que forman parte de las vivencias de las chicas. En las tres ocasiones, L. intervino en ese entorno de grupo para manifestar sus gustos y sus preferencias musicales. Como el resto de compañeros, pero, sobre todo, de compañeras, estuvo refiriéndose a grupos comerciales del momento, y a todos esos productos “empaquetados” que surgen del negocio de la música pop. Para ello, dejaron que escuchara grabaciones de su MP3 y las melodías que se habían bajado para caracterizar los timbres de sus móviles...

Más allá de la demanda realizada por la madre de L. en el servicio, y que no reducimos a un simple conflicto generacional, nos servimos de ella para tratar ese mundo femenino en torno a la cultura juvenil. Lo que aparece como incomprendible para la madre de L., en realidad se basa en una serie de inclinaciones personales y reacciones espontáneas de su hija que elaboran estilos de vida en torno a artículos de consumo comerciales impulsados por los propios medios de comunicación pero que en casa y el instituto no acaban de acomodarse. El caso de L. no es el caso de una adolescente vinculada a un estilo espectacular, incluso se adapta a ciertas expectativas tradicionales de feminidad, pero ella ha encontrado, como muchas de las adolescentes amigas suyas de la urbanización, un frente de resistencia, una forma de cultura que, siendo sobre todo específicamente femenina, representa una solución colectiva, a la desmotivación escolar, al abismo generacional, a la falta de expectativas...

10.5. Nihilismos freak

Al calor de una cultura marginal, alejada de compromisos generacionales con pretensiones desafiantes, una caterva de jóvenes se presenta ante el mundo sin aspiración a nuevas tablas de valores.

En ninguna parte el fenómeno es tan visible como en la enseñanza. Mi labor en los Servicios Sociales comprometida en proyectos de prevención contra el fracaso y el absentismo escolar así lo corrobora. Nunca como ahora el prestigio y la autoridad del cuerpo docente había sido tan banalizado. El discurso del maestro ha sido desacralizado, frivolidado, situado en el mismo plano que el de los *mass media* y la enseñanza se ha convertido en una máquina neutralizada por la apatía escolar, mezcla de atención dispersada y de escepticismo lleno de desenvoltura ante el saber. Lipovetsky (2000:35)⁴⁰ repara en ello en *La era del vacío* y se sorprende ante la propia turbación de los maestros: <<Es ese abandono del saber lo que resulta significativo, mucho más que el aburrimiento, variable por lo demás, de los esco-lares. Por eso, el colegio se pare-

⁴⁰ LIPOVETSKY, Gilles 1986 (1996): *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Editorial Anagrama. Barcelona.

ce más a un desierto que a un cuartel (y eso que un cuartel es ya en sí un desierto), donde los jóvenes vegetan sin grandes motivaciones ni intereses. De manera que hay que innovar a cualquier precio: siempre más liberalismo, participación, investigación pedagógica y ahí está el escándalo, puesto que cuanto más la escuela se dispone a escuchar a los alumnos, más éstos deshabetan sin ruido ni jaleo ese lugar vacío>>.

Las instituciones educativas carecen de sentido para nuestros estudiantes porque éstas se sostienen sobre una cadena de las generaciones, de autoridad frente al saber, de pasado y tradición que hace tiempo se rompió.

Cuando reviso los seguimientos de los expedientes abiertos en los Servicios Sociales por los casos de absentismo y fracaso escolar, cuando mis alumnos de la facultad relatan retazos de sus vidas en las tutorías individuales y de grupo, o cuando, en definitiva, reviso mi propia trayectoria intelectual y vital descubro individuos divorciados de las instituciones tradicionales de socialización y enculturación, de las que no encuentran su utilidad o sentido, mientras invierten la mayor parte de su tiempo en construir mundos de vida con otros modelos sociales y culturales de referencia.

En este sentido, nos parece especialmente interesante desentrañar los signos y señales de los que se provee la identidad individual y colectiva de aquellos miembros de subculturas juveniles que en la actualidad han hecho de la ruptura de la cultura institucional un acto de militancia. Una militancia que no hay que confundir con cualquier ensoñación de liberación colectiva, sino como un compromiso consciente con los sumideros de la alienación más *freak* y *underground*.

El fenómeno cultural de lo *freak* se ha puesto de moda en nuestro país hace relativamente pocos años. Nos referimos a esas manifestaciones contraculturales que navegan entre los márgenes de la realidad virtual y la cultura basura y que hace que sus fieles seguidores sean percibidos como personajes raros e inusuales.

Un alumno de pedagogía al que entrevistamos hace cuatro años cuando en nuestra facultad organizamos la primera maratón de *cine-freak* de Tarragona nos definía el estereotipo del *freak* como aquel que ha encontrado en la realidad virtual evasiva y la conciencia cool una forma de proyectar su identidad fuera del ámbito colectivo, haciendo del ocio no mediatizado un estilo de vida. Otro compañero suyo, conocedor de esta subcultura por propia experiencia, añadía que uno de los otros aspectos que definían a los *freak* era su constante búsqueda de aquello más alternativo y *underground*, partiendo de actitudes selectivas y comportamientos obsesivos con los que acaban generando una sociabilidad pseudoelitista capaz de buscar la excelencia en lo más trivial y vulgar. Y seguía diciéndonos: <<*acumulem sabers i tota sèrie de materials i objectes on es guarden aquests sabers (revistes, CD's, discs, cartes, DVD's, vídeos...), convertint-nos en autèntics fetitxistes compulsius. Podem arribar a col·leccionar febrilment tots els números de còmics de Batman o desenes d'objectes de la saga de la Guerra de les Galàxies i rebutjar-ho amb absolut despreci si el producte es fa d'interès general*>>⁴¹.

41 Diario de campo. Entrevistas e historias de vida de "Jóvenes-freak". El caso de A. Febrero de 2001. Sobre estas notas se hizo un artículo para el Diari El Punt de Tarragona que ya referenciamos en el primer apartado de la tesis: SOLÉ BLANCH, Jordi (2001): "La maratón de cine freak a Tarragona" en Diari El Punt, 22 de febrero. Tarragona, (p. 18).

Aunque no es difícil reconocerlos en nuestras ciudades, las subculturas *freak* son individualistas y alienantes, que no mantienen comportamientos tribales. De sociabilidad compulsiva y autoseductora se reúnen para jugar a juegos de rol, ver películas de serie Z o manga con sesión de palomitas y hacen partidas *on line* sin necesidad de comunicarse...

El campo semántico al que puede hacer referencia el término *freak* es tan amplio como diverso y libérrimo, pero su origen hay que buscarlo en las ferias ambulantes de principios del siglo XX que, sobre todo en Estados Unidos, exhibían “monstruos” humanos, los denominados *freaks* (desde mujeres barbudas a hombres elásticos), cuyo mecanismo se acabaría importando después al sistema del *star system* del cine norteamericano.

Fue precisamente un individuo que había ganado sus primeros dólares en el universo de los *freak-shows* –protagonizando el número del Hipnótico Cadáver Viviente– el responsable de la más compleja y remarcable utilización de *freaks* reales en una ficción cinematográfica: su nombre era Tod Browning y su pieza capital, *La parada de los monstruos* (1932)⁴², supuso la culminación de un obsesivo discurso sobre la monstruosidad. En el film, Browning reuniría a la flor y nata de las todavía activas ferias ambulantes para elaborar un cuento cruel que se reconvertiría en una de las obras más repulsivas de su tiempo. Los hermanos enanos Harry y Dasy Earless, el demediado Johny Eck, el tronco humano Prince Radian, las siamesas Daisy y Violet Milton, las chicas sin brazos Martha Morris y Frances O’Connor, las “cabezas de alfiler” Zip, Pip, Schlitzie y las gemelas Show, el hermafrodita Joseph/Josephine y el esqueleto humano Peter Robinson protagonizarían bajo la dirección de Browning una auténtica lección de cine extremo que tardaría años en ser digerida –y que aún hoy incomoda al espectador más encanallecido–. *La Parada de los Monstruos* se acerca a la figura del *freak* con una mirada compleja y ajena a moralismos, donde los fenómenos son, por un lado, criaturas de una pureza casi perturbadora, ángeles deformes; pero, por otro, los miembros de un encerrado grupo regido por un férreo código, seres capaces de ejecutar la más hiperbólica modalidad de venganza.

Si la utilización de estos personajes deformes desarrollaría, a partir de la obra de Browning, una zona abisal de géneros cinematográficos, el término *freak* ampliaría su radio de significado en los años sesenta, en el marco de la eclosión de los movimientos contraculturales. A partir de ese momento, **el *freak* no será sólo el fenómeno de la naturaleza, el monstruo, sino también todo aquel que, voluntariamente, escoja una posición de orgullosa marginalidad, de premeditada oposición a lo aceptado por el sistema.**

En este sentido, **lo *freak* habría que emparentarlo con la cultura basura.** El Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) exhibió de mayo a agosto de 2002, un divertido viaje por algunos de los mitos de esta cultura⁴³. El comisario de la exposición, el periodista Jordi Costa, quien lleva años estudiando el

42 BROWNING, Tod (1932): *La parada de los monstruos*. EE.UU.

43 Diario de campo. *Exposición en el CCCB. Mitos de la cultura basura*. Mayo de 2002.

fenómeno y ha publicado dos libros al respecto *Mundo Bulldog. Un viaje al universo basura* (1999) y *Vida mostrenca!. Contracultura en el infierno posmoderno*, (2002)⁴⁴, planteó el recorrido con la idea de mostrar una forma democrática y crítica de enfrentarse a la cultura dominante.

De acuerdo a las tesis desarrolladas por el autor en *Mundo Bulldog*, el concepto cultura basura no se identificaría con un corpus teórico cerrado y fácilmente catalogable. Su realidad es diversa y mutante, su estética desestructurada, su piel alérgica a los corsés. Tan sólo se eleva una única convicción: el rechazo -premeditado o impremeditado- a toda regla. <<*Una película, una canción, un espectáculo, un programa televisivo o cualquier otro fruto de la creación estética será basura cuando convierta el error en elemento expresivo. Cuando, por pura torpeza o confusión creadora, aquellos elementos de la obra artística (o pretendidamente artística) que la ortodoxia consideraría directamente aberrantes son elevados a categoría estética nos hallaremos ante un fenómeno basura. Por supuesto, no basta con que algo que sea feo o esté mal hecho para que merezca ser reivindicado desde la esfera de la cultura trash: tiene que ser feo de una manera especial. Como un bulldog, ni más ni menos*>> (Costa, 1999:14).

Si la cultura popular es algo que englobaría todas las formas no elitistas del arte y que tiene que ver con los gustos mayoritarios y la moda de una época, la cultura basura se erige como una pequeña barricada que intenta cuestionar cuál es el lugar del arte y la cultura tanto en relación a la cultura de élite como al gusto popular mayoritario.

En la exposición del CCCB pudimos observar varias muestras de estos fenómenos extraños que se producen cuando algo que podría ser considerado irrelevante por la cultura oficial se eleva a la categoría de mito entre un reducido, o no tan reducido, colectivo. Era el caso, por ejemplo, de una sala que se dedicaba a la pintora estadounidense Margaret Keane, de gran éxito comercial en su país, con unos cuadros de niños desvalidos de grandes ojos, pero prácticamente desconocida en España excepto para los iniciados. O del director de cine Ed Wood, “el peor cineasta de la historia”, que alcanzó gran popularidad fuera del circuito de los entendidos gracias al filme que sobre su figura realizó Tim Burton (1994)⁴⁵ con el actor Johnny Depp en el papel del director. O al de cantantes como Haino, Luixy Toledo, Daniel Johnston, el mismísimo Raphael o la famosa Tamara que, aún habiendo sido en algunos casos éxitos de la cultura popular, al mismo tiempo son reivindicados por diferentes colectivos que los han transformado en fenómenos “de culto”. El caso de Tamara por el colectivo gay es un claro ejemplo.

La cultura basura supone, en definitiva, la celebración del error, de la irregularidad y, en ese sentido, se convierte en una forma de trasgresión, de distorsión indomesticable de las estéticas establecidas. <<*El arte trash -sigue dicién-*

44 COSTA, Jordi (1999): *Mundo Bulldog: un viaje al universo basura*. Edit. Temas de Hoy, Madrid.
COSTA, Jordi (2002): *iVida mostrenca!. Contracultura en el infierno posmoderno*. Edit. La Tempestad. Barcelona.

45 BURTON, Tim (1994): *Ed Wood*. EE.UU.

donos Costa (1999:15)- libra su peculiar batalla contra lo preceptivo -la belleza, los cánones estéticos, entre otras cosas- apelando a los bajos instintos del receptor, hipnotizándolos en ocasiones de un modo casi subliminal. Construirse un paladar basura puede ser, asimismo, un acto político: en nuestro mundo sin ideologías, seguimos viviendo bajo el yugo de las dictaduras del gusto, y la única manera de combatir las consiste en articular una personal guerra de guerrillas en las cloacas de la estética. Enemigo de las radio fórmulas, los suplementos culturales y las ideas recibidas, el degustador de basura es capaz de erigir su propia mitología personal e intransferible entre los desperdicios que la cultura oficial ha lanzado al vertedero del olvido>>.

En las entrevistas mantenidas en los últimos años con jóvenes que reivindican sus imposturas más *freak* podemos recoger cierta pretensión de hacer de su actitud no convencional una inconsciente pseudoelitización cultural. Y es que su sensibilidad se acerca a muchos de los planteamientos hegemónicos con los que determinados productos son elevados a las alturas de la “cultura superior”. Un repaso por las últimas representaciones operísticas del Liceo barcelonés, o por las exposiciones en las galerías más importantes de los museos de arte contemporáneo son una muestra representativa de ello. En realidad, se trata de mecanismos que no vendrían más que a confirmar las tesis de Guy Debord (1999)⁴⁶ sobre el problema de la representación, es decir, el encuentro entre la autonomía de la representación tal y como quedaría definida por la revolución estética de las vanguardias modernas y la autonomía del valor de cambio de acuerdo a nuestra sociedad mercantil. La trivialización de la experiencia vital cotidiana queda atrapada por las categorías económicas y estéticas y de éstas se nutriría cualquier forma de superioridad cultural, se trate de las élites hegemónicas o de cualquier manifestación subversiva de la cultura de masas y popular.

Umberto Eco (1993)⁴⁷ también se dio cuenta de ello y frente al fenómeno de las masas consumistas dispuestas a asimilar como cultura cualquier producto del mercado, pensó que el mundo se podía dividir entre “apocalípticos e integrados”, es decir, en detractores y defensores de una “cultura” que necesariamente ha tenido que rebajar el espectador a la categoría de masa, permitiéndole disfrutar de la “cultura” y el “arte” a cambio de negarle cualquier capacidad crítica. Para conseguirlo, fue necesario que las vanguardias artísticas hicieran descender el concepto de “arte”, al contrario de lo que aspiraba Schiller, a las cotas más bajas de interés intelectual, despojando sus obras de valor espiritual para encarrillarlas en el mundo de la vacuidad y la banalidad.

Así, la cultura de masas, que es donde se producen los productos *freak* o *trash*, pueden entrar como protagonistas en la vida social, imponiendo incluso un ethos y un lenguaje que se cree elaborado desde expresiones propias. Se crea así una situación paradójica. El modo de divertirse, de pensar, de imaginar de estas

46 DEBORD, Guy 1967 (1999): *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Edita Anagrama, nueva versión ampliada. Barcelona.

47 ECO, Umberto 1965 (1993): *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen. Madrid.

nuevas subculturas no nace en realidad de ellas mismas. A través de las comunicaciones de masa, todo ello les viene propuesto en forma de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica. Ellos creen desarrollar en el ámbito de la cultura de masas modelos culturales pseudoelitistas, tal y como los consume y desarrolla la clase representante de la “alta cultura”, y aquí surge la paradoja, la “alta” cultura –en el sentido que la cultura “superior” es aún la cultura de la sociedad burguesa de los últimos tres siglos y medio- identifica en la cultura de masas “subculturas” en las que nada la une, sin advertir que las matrices de la cultura de masas siguen siendo las de la cultura “superior”.

No es extraño, entonces, que las experiencias culturales de un *freak* se eleven a niveles de auténtico misticismo religioso. En este sentido, de nuevo en el mundo del cine encontramos los mejores ejemplos. Para entender el fenómeno es necesario haber asistido a sesiones “de culto”. En nuestro país es difícil poderlo hacer en salas de cine, tal y como se programarían de madrugada a partir de los años sesenta. Ahora las sesiones se hacen en casa, sólo o acompañado, mientras se degluten palomitas de microondas, trozos de *pizza* y bocados grasientos de fast-food con cerveza y *coca-colas* del supermercado. Una sesión de cine *freak* puede abarcar un amplio espectro de géneros. Aunque las modalidades dominantes hay que encontrarlas en el género fantástico y el porno, una amplia lista nutre las presencias cinematográficas de los sibaritas del cine *freak*. El *spaghetti western*, el terror filipino, las *bech-movies*, las películas de adolescentes descontrolados, la serie B de artes marciales coreanas, el musical hindú, las comedias del tardo-franquismo, los vídeos de accidentes automovilísticos, el gore, etc. son formas narrativas del arte cinematográfico valorados bajo sus propios términos.

Como demuestra Costa (1999), su apreciación requiere de cierta distancia temporal, es decir, que sus pervertidos encantos adquieren mayor prestigio con el paso del tiempo. Utilizaremos sus propios ejemplos: <<es más fácil apreciar la basura con solera que la atrocidad de la temporada: somos capaces de mirar con ojos psicotrópicos *Emmanuelle* (1974) de Just Jackin pero no, todavía, *Acosada* (1993) de Philippe Noyce, dos ejemplos de *sexploit de qualité* de resultados no tan dispares en el fondo. Otro ejemplo: el proyecto sibarita de la basura es capaz de programar el vídeo si emiten por la tele a las tantas de la madrugada una película de los hermanos Calatrava –en especial, *El ete y el oto* (1983)-, pero, si en una sesión de lánguido zapping se tropieza con *Martes y Trece*, cambia automáticamente de canal>> (Costa, 1999:27).

La irrupción del vídeo doméstico durante los años 80 y 90 permitirían rescatar para el mercado del cine cualquier título, subgénero o aberración del celuloide y acercarlo al cinéfilo *freak*. Pero a su vez, la existencia del vídeo desacraliza por completo la contemplación de la película: el objeto a reverenciar no es tanto el cine como el *filme*, el verdadero punto de partida desde el que este modelo de espectador elabora un juego privado o solidario con otras almas gemelas.

No se entiende de otra manera el entusiasmo compartido que sienten estos espectadores cuando discuten cualquier significado oculto de estas películas. Pueden pasarse horas inflamando un proceso de simulacro donde lo real es abolido y los nuevos referentes se elevan a la categoría de mito.

Un director de cine reivindicado por los jóvenes *freak* y muy reconocido por la crítica oficial nos ofrece buenas muestras de ello en algunas de sus películas. Nos

referimos a Kevin Smith y su pentalogía de New Jersey⁴⁸. El propio Smith participa como actor (y co-protagonista en algunas de sus películas), encarnando a “Bob el silencioso”, un personaje que casi siempre está callado y que viaja acompañado de Jay (Jason Mewes), un tipo gamberro y malhablado, obsesionado con el sexo que trapichea vendiendo porros y similares. Ambos personajes han alcanzado cierto status de personajes “de culto”, generando incluso un auténtico merchandising con artículos diversos que consumen sus más fieles seguidores.

En la primera de sus entregas (*Clerks*, 1994), una película rodada en blanco y negro con la colaboración de sus amigos, Kevin Smith nos muestra fielmente ese universo de jóvenes que se mueven entre la desidia de la vida cotidiana (el blanco y negro del día a día) y sus refugios *freak* plagados de referencias al cómic, el sexo, la *trash cultura* y *Star Wars*. En *Clerks* hay un episodio entero (la película es narrada episódicamente) en el que sus dos protagonistas, el cajero de un *minimarket* y el dependiente de un video-club (alter-ego del propio director), discuten sobre las condiciones de trabajo de los obreros y ejércitos de la segunda Death Star de la saga de *George Lucas*.

En todas sus películas, Kevin Smith da cuenta de su propio mundo de ficción que bien puede ser el territorio en el que se mueven los jóvenes *freak* que estamos describiendo. En *Mallrats* (1995), por ejemplo, el director desenvuelve la acción de sus personajes en un *mall* (nuestros caóticos centros comerciales). Brody (Jason Lee) y T.S. Quint (Jeremy London) tratan de recuperar a sus chicas y sólo eso basta para que se arme una aventura estúpidamente genial y típicamente comiquera. Hay cómics en los títulos, Bob el Silencioso trata de hacer uso de “la fuerza”, chistes físicos y escatológicos y nuevos homenajes a sus fijaciones: *Star Wars*, John Landis, tebeos, cómics e historietas varias, el sexo, etc. Y así continúa en sus tres siguientes películas, con situaciones parejas y personajes que repiten sus hazañas, con Jay & Silent Bob convertidos en definitivos iconos de la subcultura, fiel reflejo de un universo personal emparentado al de muchos de los jóvenes que hemos conocido para desarrollar nuestro estudio de campo.



Jay y Bob el silencioso en *Clerks* (foto izquierda)
Mall rats (arriba)

48 SMITH, Kevin: *Clerks*, 1994; *Mallrats*, 1995; *Persiguiendo a Amy*, 1997; *Dogma*, 1999; *Jay & Bob el silencioso contratacan*, 2001.

Y es que los jóvenes *freak* no dejan de exhibir su vínculo sentimental e intelectual con los iconos de esa cultura alternativa que han ido construyendo. La adquisición de revistas, *fanzines*, cómics, películas o video-juegos, unido a la existencia de canales informativos propios que las nuevas tecnologías han permitido desarrollar, dan buena cuenta de ello. Sin embargo, este tipo de jóvenes huyen de la mirada del otro. No les interesa el discurso social mayoritario. No encajan en los elitistas patrones del éxito social y por ello escapan a refugiarse en su mundo *peter-panesco* donde encuentran un universo de emotividad que acoge un sistema social sin otra exigencia que el compromiso con la canalización y el juego. La historia de vida del siguiente caso puede ser ilustrativa a modo de ejemplo.

10.5.1. El caso de Rasmag⁴⁹

Rasmag es el pseudónimo de un joven de veinte años que estudia ingeniería informática en la Universidad de Lérida. Es hijo de padre informático y se refiere al mismo como un freak de los clásicos. Me cuenta que su padre conserva en su casa decenas de películas de ciencia-ficción y varias colecciones de cómics y tebeos nacionales e internacionales. Su afición, pues, por todo este tipo de cultura viene de herencia. La verdad es que demuestra poseer amplios conocimientos en el campo, y dice ser un gran aficionado del cómic-manga japonés. Entre sus compañeros es conocido como el otaku de la clase. La mayoría de ellos también son fieles admiradores del cómic-manga japonés. Sin embargo, Rasmag afirma que cada uno desarrolla sus preferencias. Los pseudónimos que utilizan para dirigirse entre ellos hacen referencia a las fijaciones de cada uno.

Rasmag explica que dedica gran parte de su tiempo a consumir productos freak. No sólo por lo que se refiere a su compra y adquisición, sino por las horas que pasa entreteniéndose con los mismos. Lee todo tipo de cómics, desde clásicos como el Capitán Trueno y el Tintín de Hergé que toma directamente de la biblioteca de su padre, a las últimas ediciones de comic-books de manga japonés que han salido recientemente al mercado. Aún siendo relativamente joven, ha visto numerosas películas de cine de terror, sigue con frecuencia series de anime japonesas y todavía dedica sesiones de grupo con amigos suyos a “-ver películas gamberras y cachondas, cuanto más gore y más blandi-porno mejor”. Enumerar una lista de sus títulos preferidos podría resultar una ardua labor que excede a los propósitos de este estudio, pero el hecho de decantarse por un film, un director o un género determinado acostumbra a responder a motivos absolutamente irracionales: “-a veces es la propia historia, otras un numerito sexual, una carátula, etc. (...) Lo mejor es que contenga algún tipo de perversión, de locura que nos haga destornillar de risa. La verdad es que nos tragamos de todo...”.

⁴⁹ Diario de campo. Entrevistas e historias de vida de “Jóvenes-freak”. *El caso de Rasmag*. Diciembre de 2004.

Lo que más valora Rasmag de sus gustos “fuera de lo comercial” –como lo llama él-, es el código humorístico de su contenido. Rasmag es consciente que algunas de las películas que venera se trata de simples aberraciones, y que la mayoría de contenidos de los cómic-manga japoneses mezclan mundos de fantasía, violencia gratuita y cualquier tipo de perversión, pero afirma que esto sólo es valorado así por la mirada de los no iniciados. En ningún momento reconoce que pueda tener algún tipo de efecto en su personalidad. “-Nos hace un poco locos” –nos dice-, pero esta locura y la autopercepción de ser portador de alguna rareza es motivo de orgullo y de admiración entre los compañeros. En este sentido, afirma que algunos amigos son mucho más fanáticos que él, hasta el punto que están aprendiendo japonés por su cuenta mientras el saludo otaku es de uso común entre los compañeros de clase.

Las inquietudes de Rasmag por el mundo *freak* se extienden en múltiples campos y facetas. El dominio que posee en nuevas tecnologías y el acceso diario a Internet lo convierten en jugador habitual de video-juegos, juegos de rol on line, forero, hacker y todo tipo de variedades de la ciber-cultura. Y es que lo tiene dicho. Prefiere refugiarse en el castillo de la torre del videojuego del señor de los anillos que tener que estudiar cualquier manual de su carrera (...)

El caso de Rasmag es muy significativo para ilustrar los principales rasgos de los *freaks*. Él no sólo forma parte de ese público que haría de *Torrente, el brazo tonto de la ley* de Santiago Segura⁵⁰ un éxito de taquilla en 1998 cuando tenía tan sólo catorce años, sino que contribuye a hacer del manga japonés un fenómeno insólito en nuestro país⁵¹, de los video-juegos una industria que a partir del 2001 facturaría en todo el mundo más que las películas de Hollywood⁵² y de los mundos fantásticos de Tolkien y Lucas una auténtica religión⁵³.

Un cierto segmento de la juventud rechaza los patrones de “éxito” que se extienden a muchas de las dimensiones de la vida social. En algunos casos ese rechazo es entendido como una forma de oposición. Los comentarios que hemos ido recogiendo en nuestras entrevistas y que exaltan de forma explícita la apología del fracaso, las aberraciones conductuales y lo anti-heroico así nos lo confirman. Pueden ser contrastados, por ejemplo, con una breve colaboración que Luis Rojas Marcos haría en 1998 para la revista de los abonados del Canal + español en ocasión del estreno de *Trainspotting*⁵⁴ en esta cadena de televisión, que bien podrían servir para el caso de cualquier cinéfilo *freak*. Veamos de qué forma lo describe y caracteriza peyorativamente:

50 SEGURA, Santiago (1998): *Torrente, el brazo tonto de la ley*. España.

51 Ver el reportaje en prensa escrita de VIDAL, Jaume: “Mangalunya” en *Quadern*, nº 995, dijous 24 d'octubre de 2002. EL PAÍS. Edición de Catalunya. Barcelona, (pp. 1-2).

52 SANDOVAL, Pablo X. (2002): “El poder de los videojuegos” en EL PAÍS, domingo 6 de enero. Madrid, (p. 24).

53 ROBLEDO, Juanjo (2002): “Fundamentalistas” en *El País de las Tentaciones del viernes 7 de enero*. Edit. EL PAÍS. Madrid, (pág. 22).

54 BOYLE, D. (1996): *Trainspotting*. Gran Bretaña.

<<La atracción por lo vil, por el elemento más bajo e infame, ha penetrado en la cultura de muchos jóvenes. La característica fundamental de esta moda es la celebración de las personas sadomasoquistas, a la vez sensibles y despiadadas, que repudian las normas básicas del contrato social. Estos hombres y mujeres (...) escenifican el éxito del fracaso, la estética del hastío que se transforma en el deseo nihilista de terminar con todo. La ética del perdedor se desliza de arriba abajo en la escala social (...) Junto al culto a la abyección, se produce una competición a ver quién pasa más, quién está más atrapado en el trauma de la vida, quién está más muerto. En el fondo es una cultura de la identificación con las víctimas. Es ahí, con las víctimas, donde estos jóvenes sienten que está realmente su identidad (...) estas figuras no creen en la redención>> (Rojas Marcos, 1998:17)⁵⁵.

No todos estos jóvenes viven sus entusiasmos contraculturales con el dramatismo que nos describe el autor. Su nihilismo es, sobre todo, humorístico, y en cierto sentido no es más que una variante del desarrollo generalizado del código humorístico de la sociedad posmoderna. Lipovetsky (2000:142) lo describía con mucha claridad en *La Era del Vacío*: <<Una nueva forma de humor se despliega. El tono es sombrío, vagamente provocador, cae en lo vulgar, exhibiendo ostentosamente la emancipación del lenguaje, del sujeto, de lo underground, a menudo del sexo. Es el aspecto duro del narcisismo que se deleita en la negación estética y las figuras de una cotidianeidad metalizada>>. Una película le vale al autor para demostrarlo, *Mad Max II* de G. Millar (1981)⁵⁶. Este mismo año Mel Gibson tiene previsto rodar la cuarta entrega. Es un ejemplo característico de humor freak donde se mezclan indisociablemente la extrema violencia y lo cómico. <<Comicidad que se parece a la ingeniosidad, al exceso hiperrealista de las maquinarias de ciencia ficción "primitivas", atroces, bárbaras. Nada de medias tintas, el humor trabaja en carne viva, en grandes planos y efectos especiales; lo macabro es superado por la apoteosis del teatro hollywoodiense de la crueldad>> (Ídem, 142). Y habría que añadir, también por las perversiones de cualquier *otaku* del *anime* japonés.

10.6. Jóvenes en la red

En la actualidad, el viejo concepto de autoexclusión o marginación arrogante del sistema cultural empieza a ser substituido por el de culturas intersticiales. Ya hemos hecho referencia en este mismo capítulo citando a Manuel Delgado (2002) al término de sociedades intersticiales cuando Thasher lo utilizaría a principios del siglo veinte para aplicarlo a las pandillas juveniles que proliferaban en las grandes ciudades norteamericanas. El hecho que se empieza a hablar de culturas intersticiales amplía el campo de significados y permite que introduzcamos las redes de comunicación e información de Internet para referirnos a la diversificación cultural contemporánea.

55 ROJAS MARCOS, L. (1998): "La estética de lo patético" en *Canal +. La Revista de los abonados*, 91 (Mayo).

56 MILLER, G (1981): *Mad Max II*. Australia.

Román Gubern (2000:77)⁵⁷ entiende por cultura intersticial <<aquella que ocupa los espacios que no atiende y deja al descubierto la oferta de los aparatos culturales dominantes, que suele ser de origen multinacional o imitación local de los modelos hegemónicos multinacionales. Se trata de espacios desatendidos por los diseñadores del entretenimiento para economías de escala y que hoy pueden beneficiarse, precisamente, de la tan controvertida globalización, debido a que esta globalización que ha uniformizado nuestros gustos y creado los públicos globales permite consolidar también el tejido de las inmensas minorías internacionales>>.

El carácter asistemático y desjerarquizado de la comunicación horizontal, democrática y global de Internet permite convertir a la red en un instrumento potente para la cultura intersticial. Y es en las redes de distribución de la cultura intersticial que el joven *freak* puede encontrar el contrapunto positivo del consumo global uniformizador y centripeto del fast food cultural que hoy domina nuestros mercados mediáticos.

Son los estudios sobre consumo (básicamente los realizados desde la perspectiva de la antropología, los *cultural studies* y la sociología) los que más han defendido esta dimensión como el espacio desde el que poder liberarse de la homogeneización cultural y reafirmar así las inquietudes, identificaciones y peculiaridades de cada individuo (Bocock, 1993)⁵⁸. Si determinadas facetas y dimensiones de la vida socio-cultural resultan hoy en día homogeneizantes a nivel global, otras encuentran nuevos espacios de heterogeneidad y de afirmación de la diferencia. Esta doble postura es la que vamos a sostener para describir los usos y consumos que los jóvenes hacen de la red y el ciberespacio con el fin de plantear las formas en que algo tan global puede ser utilizado para la creación y mantenimiento de heterogeneidades, así como en sus inevitables tendencias homogeneizadoras.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y los sistemas de comunicación mediados por ordenador (*Computer Mediated Communicatio, CMC*) ha generado la aparición de un nuevo estilo cultural ligado a un espacio social que se ha visto reformulado (Castells, 2001).

La imaginación literaria del escritor William Gibson (1991)⁵⁹ bautizaría a ese territorio ilusorio en su novela *Neuromante* con el término de ciberespacio. Gibson (1989:56), estandarte de la corriente literaria etiquetada como ciberpunk, describiría el "ciberespacio" como <<una alucinación consensuada experimentada diariamente por billones de operadores legítimos en todas las naciones (...), una complejidad impensable>>. En realidad, se trata de un espacio virtual construido socialmente en el que desaparecen las fronteras físicas, generando una nueva territorialidad sin asidero en lo real, sólo existente en millones de computadoras interconectadas a lo largo y ancho del mundo tal y como hasta ahora lo hemos conocido⁶⁰.

57 GUBERN, Román (2000): *El eros electrónico*. Grupo Santillana Ediciones. Madrid.

58 BOCOCK, Robert (1993): *El consumo*. Talasa Ediciones. Madrid.

59 GIBSON, William 1984 (1989): *Neuromante*. Edit. Minotauro. Barcelona.

60 Martin Dodge, en el sitio web [www.cibergeography.com] está desarrollando vistas de esta nueva topología de redes. Acceso en mayo de 2004.

Se crea entonces un mundo metafórico en el que conducimos nuestras vidas, con una alternancia entre ese espacio y nuestras vidas reales cada vez más difícil de determinar (Balaguer, 2001)⁶¹.

Sherry Turkle (1995)⁶², pionera en el estudio de las dinámicas ciberespaciales, plantea en su trabajo hasta qué punto la vida en el ciberespacio llega a constituir un modo de vida en el que el individuo puede experimentar múltiples procesos de construcción y reconstrucción de su personalidad. Dery (1998)⁶³, en un ensayo clásico sobre la cibercultura, destaca la capacidad de trascendencia del mundo virtual al convertirse en un mecanismo único para crear cultura. En el espacio virtual sucede algo que, sin existir realmente, existe en apariencia, y es capaz de albergar universos completos sin apenas limitaciones. Tal y como lo describe Balaguer (2001:2), << *sujetos a un espacio de quietud, asumimos metáforas de navegación, de viaje, dentro de la computadora, detrás de la pantalla. (...) Estamos en el mismo sitio pero a la vez no. Nos sentimos rodeados de otras personas, podemos sentir hasta su presencia, pero en realidad estamos solos frente a nuestra pantalla, sumidos en un silencio que interpela nuestra experiencia (...) y que nos confronta con los límites y alcances de lo real y lo virtual*>>.

No cabe duda que los jóvenes del siglo XXI dirimen parte de sus experiencias de subjetivización y de enculturación en estos entornos fronterizos (Solé, 2002)⁶⁴. En el ciberespacio se abren universos completos donde se lleva a cabo una intensa vida social: a menudo mucho más satisfactoria que la que se experimenta en comunidades y ámbitos reales. En este sentido, Turkle (1995) percibe la posibilidad de una forma de resistencia y de enriquecimiento ante las limitaciones de realización que ofrece la realidad.

Pensemos, por ejemplo, el lugar que ocupan los videojuegos en la estructura cultural de los adolescentes y los jóvenes, y de la de otros grupos no tan jóvenes (Rodríguez, 2002)⁶⁵. Un sencillo juego “de plataformas” es, en realidad (o en virtualidad), un pequeño mundo en sí mismo. Un mapa oculto a desentrañar y conocer, con multitud de espacios, habitaciones, escenas, situaciones, etc. donde las opciones de vida e interacción virtual tienden al infinito.

61 BALAGUER, Roberto (2001): “Ágora electrónica o Times Square”. Una revisión de consideraciones sociales sobre Internet”. *Revista TEXTOS de la Cibersociedad, 1. Temática variada*. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en diciembre de 2004.

62 TURKLE, Sherry (1995): *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Ed. Paidós. Barcelona.

63 DERY, Mark 1996 (1998): *Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo*. Edita Siruela. Madrid.

64 SOLÉ BLANCH, Jordi (2002): “La xarxa atrapa els joves” en *Diari El Punt*, 6 de febrero. Tarragona, (p. 20).

65 En un estudio publicado por el Instituto de la Juventud (INJUVE) en el 2002 se apuntaba que el 58'8% de los adolescentes entre 14 y 18 años son jugadores de videojuegos. De este porcentaje, un 42'2% juegan con una frecuencia mínima de 3 días a la semana, o incluso con una frecuencia diaria, y uno de cada cuatro adolescentes afirma emplear en esa actividad más de dos horas diarias en días laborables. Más datos recogidos en este estudio pueden consultarse en: RODRÍGUEZ, Elena (Coord.) (2002): *Jóvenes y videojuegos: significación y conflictos*. INJUVE y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid.

Tal y como lo describe Mayans (2001:11)⁶⁶, director del Observatorio para la Cibersociedad y uno de los principales impulsores de la investigación y difusión del análisis crítico de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en nuestro país, <<estas elaboraciones comerciales, dirigidas a un consumo lúdico, de entretenimiento, comportan, a su vez, mucho más que el mero componente de juego. De ellos se derivan intensos grados de interacción ser humano/máquina, en los que todo el entorno (o, al menos, la mayor parte de él) se vuelve sensible y alterable a la acción del personaje. Personaje que es, de hecho, una auténtica transustanciación de la identidad y capacidades del jugador. Por sencilla que sea la elaboración estética de estos productos, el individuo transporta su corporeidad, que es reencarnada en una determinada forma gráfica, digital, que toma una determinada apariencia visual por aglomeración (puntillista) de píxeles de colores diversos. La agencia del individuo se traslada, a través del interface correspondiente (ratón, teclado, joystick, etc.) y éste recibe las respuestas en forma de imagen y sonidos digitales vía monitor y altavoces. La interacción es espontánea y, dependiendo de la habilidad de los programadores, altamente adictiva. El individuo experimenta la sensación de estar, realmente, viviendo y actuando en el espacio generado infográficamente. Los objetos virtuales son alterados por las acciones del jugador/personaje, de manera que su acción es visible, casi tangible, evidente>>.

Cuando este proceso se desarrolla en entornos que habilitan a múltiples usuarios, a menudo a través de Internet, esta sensación de interacción real se multiplica de manera radical. Lo que se encuentra un jugador de Torreoscura⁶⁷ –un juego de rol *on line* que admite múltiples jugadores- en el camino ya no son enemigos u objetos infográficos, de inteligencia más o menos rígida y sin más trasfondo que una serie de disposiciones en *software*. Tras cada personaje que el jugador se encuentra a lo largo de la geografía del juego (mazmorras, campo abierto, pasillos, etc.) el sujeto es interpelado a mantener una interacción, manteniendo la interpretación requerida por las normas que reglamentan el juego. En esas interacciones el sujeto debe hacer frente a las acciones y disposiciones de otro jugador que encarna al personaje (y aquí ya es oportuno hablar de *cyborg*) y que lo convoca en el mismo espacio virtual, disponiendo de parecidas armas virtuales e inteligencias insondables. <<En el fondo –sigue diciéndonos Mayans (2001:12)- es éste un espacio totalmente dependiente de su dimensión social. Porque son los otros seres sociales (aún incluso aunque sean éstos personajes generados por software) los que hacen del espacio algo experimentable, dando como resultado que la aventura consiste en realidad, más que en la consecución lineal de unos objetivos dados (sea rescatar una princesa, bombardear un Bagdad virtual o acabar con los malos de turno) en la cognición y dominación (un proceso de *mastering*) de un espacio social>>. La experiencia socioespacial y la inmersión es ésta resulta, así, completa.

66 MAYANS i PLANELL, Joan (2001): "Usar/Consumir el Ciberespacio. Entre lo panóptico y lo laberíntico". Fuente original: *Revista RAE-Revista de Antropología Experimental*. Disponible en: [<http://www.jaen.es/huesped/rae/>], 1. Disponible también en el ARCHIVO del Observatorio para la Cibersociedad: [<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=22>]. Con acceso en diciembre de 2004.

67 Disponible en Internet en: [www.torreoscura.com]. Acceso en septiembre de 2004.

La imagen social del videojuego y el ordenador se vuelve mucho más compleja, evocando tanto el aislamiento físico como la interacción intensa con otras personas. Y es así como un nuevo mito posmoderno, el *cyborg*, define la fusión entre el ser humano y la máquina (Turkle, 1995).

En los relatos y películas de ciencia-ficción, el *cyborg* suele representarse como un endoesqueleto electrónico, formado por cables y *chips*, recubierto de carne humana. Tal es el modelo ofrecido en películas tan populares como *Alien* (Ridley Scott, 1979), *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), *Terminador* (James Cameron, 1984) y *Robocop* (Paul Verhoeven, 1987). Pero más allá de la transgresión biológica, la metáfora *cyborg* nos sirve para representar esta nueva realidad virtual ante la expansión de nuevas posibilidades de identificación, comunicación y relaciones cotidianas⁶⁸. En este sentido, Tirado y Gálvez (2002)⁶⁹, ofrecen un punto interesante cuando definen la idea del *cyborg*, acercándola al individuo internauta en relación a la “hibridación entre humano y tecnología”.

Más allá de la metáfora que define el *cyborg*, que no se refiere a otra cosa que a la interrelación que existe entre la herramienta que se utiliza, en este caso, un ordenador conectado a la red mediante un cable telefónico y la persona que se sienta sobre él, todo un universo (el ciberespacio) se abre ante el usuario (Diago, 2003)⁷⁰.

Si dejamos de lado, por un momento, los escenarios lúdico-comerciales generados en los videojuegos (de mayor uso por parte de los jóvenes de género masculino), encontramos fácilmente algunos modelos paradigmáticos de interacción social que tienen por *lugar* el ciberespacio (Augé, 1989)⁷¹. Esto nos parece sumamente interesante a la hora de analizar y describir cómo las nuevas generaciones han incorporado estos espacios para desarrollar los procesos de enculturación desde los que se construyen sus identidades y sus emociones. Y es que Internet se ha constituido en un ámbito alternativo de encuentro que se suma a aquellos en los cuales los jóvenes construyen habitualmente su universo relacional (Mora, 2003)⁷².

68 La película **The Matrix** también ha supuesto una fuente de reflexión e inspiración durante los últimos años, especialmente para aquellos trabajos que abordaban y abordan las diversas problemáticas sociales y culturales que se derivan de la acelerada interacción que entre máquinas y seres humanos se ha producido en el último decenio, con la aparición y popularización de Internet y otros medios de comunicación y creación de formato digital.

WACHOWSKY, Andy y Larry (Hnos.): *The Matrix (Trilogy) - Matrix, (1999); Matrix Reloaded, (2003); Matrix Revolutions, (2003)*. EE.UU / Australia.

69 TIRADO, Francisco Javier y GÁLVEZ, Anna (2002): “Comunitats virtuals, ciborgs i xarxes sociotècniques: noves formes per a la interacció social” en *Revista Digital d'Humanitats*. Disponible en: [<http://www.uoc.edu/humfil/articulos/cat/tiradogalvez0302/tiradogalvez0302.htm>]. Con acceso en enero de 2005.

70 DIAGO, Marta (2003): “Creación, espacio y transgresión en Internet” en *Comunicaciones-Grupo 4, Cibercultura, Gestión y Políticas Culturales del 1er. Congreso On LINE del Observatorio para la Cibersociedad*. Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/congreso>]. Con acceso en diciembre de 2004.

71 AUGÉ, Marc (1989): *Los no-lugares*. Edita Gedisa. Barcelona.

72 MORA CASTAÑEDA, Bely (2003): “Rituales de simulación y sociabilidad virtual. Una aproximación a los procesos de construcción de emociones en la Red” en *Revista TEXTOS de la Cibersociedad, 2. Temática variada*. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en enero de 2005.

A este nuevo tipo de sociabilidad virtual lo encontramos en los *fóruns* o *newsgroups*, en los *chats* de IRC (*Internet Relay Chat*) o salas de conversación, en el *messenger* y el correo electrónico, en los juegos de rol tipo *MUD* (*Multi-user Dimension*), en los videojuegos *on line*, etc. Todos estos servicios ofrecen, en definitiva, un espacio virtual donde los actores se encuentran e interactúan creando una comunidad virtual. Una aproximación etnográfica a las comunidades virtuales nos obliga a contemplar, por lo tanto, dos vertientes: las relaciones sociales que se establecen entre los grupos en interacción y el espacio donde se producen.

Este fenómeno, sin embargo, es más complejo de lo que a simple vista nos puede resultar. En la experiencia de construir relaciones en la Red parecen mediar dos aspectos. Tal y como lo plantea Mora (2003), por una parte nos encontramos con la valoración de este tipo de relaciones como vínculos de carácter ficticio; y por otra, el desarrollo de lazos emocionales en condiciones de relativo anonimato y virtualidad. Estos aspectos, que de ninguna manera son contradictorios, participan en la configuración de un eje emergente de vivencia emocional que la autora denomina *interfase ficción/realidad*.

La valoración a la que se refiere Mora (2003), no obstante, hace parte de un discurso que diferencia los encuentros generados en la Red de las relaciones construidas fuera de este entorno. La interacción mediada por ordenador se opone a menudo a la interacción cara a cara, valorando negativamente la mediación tecnológica, es decir, en lugar de considerarla un elemento básico en la construcción de la sociabilidad virtual, se considera un impedimento para una interacción natural y no manipulada o no mediada.

Es un lugar común decir que la naturaleza de las relaciones y vínculos de la comunicación mediada por ordenador son más efímeras, menos estables y con vínculos sociales y sentimientos menos fuertes y sinceros. Como dicen Vayreda, Núñez y Miralles (2001)⁷³, estas afirmaciones tienen una visión idealizada de los que ocurre en la vida real.

Tampoco se trata de idealizar las relaciones en la Red, como lo hace H. Rheingold (1996:32)⁷⁴ en su definición, ya clásica, de comunidad virtual: <<conjuntos sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo definido, con suficientes sentimientos humanos para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético>>.

Las emociones y la identidad que se configuran en el espacio virtual, sin embargo, no pueden explicarse desde esta exclusiva dicotomía. Es verdad que las condiciones propias del ciberespacio posibilitan el anonimato y un tipo de relaciones más inestables y efímeras, pero no son tan diferentes a las que emergen del mundo material. Y cabría apuntar, siguiendo a Mayans (2000)⁷⁵, que las relaciones

73 VAYREDA, A.; NÚÑEZ, F.; MIRALLES, L. (2001): "E-cmmunitas". Documento en línea disponible en Internet en: [http://www.uoc.es/web/cat/articles/vayreda/ecomunitas_cat.html]. Con acceso en enero de 2005.

74 RHEINGOLD, Howard (1996): *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Edita Gedisa. Barcelona.

MAYANS, Joan (2000): "Anonimato: el tesoro del internauta", en *Iworld*, 31-(octubre, 2000), pp. 55-59.

75 Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/mayans/tesoro.htm>]. Con acceso en enero de 2005.

sociales en Internet no son exactamente anónimas, sino más bien ficciones o construcciones a partir de la experiencia personal, una forma de describirse de nuevo.

En estas condiciones, el carácter de ficción de las interacciones es reformulado en términos que responden a las condiciones propias de la Red (anonimato, fragmentación, “descorporeización”, etc.), las cuales posibilitan juegos de lenguaje en los que se tramitan identidades y emociones que constituyen todo un universo relacional (Gergen, 1996)⁷⁶. En estos juegos de lenguaje la simulación, tal y como lo sugiere M. Dery (1998), adquiere un carácter ritual que confiere a las ficciones construidas en la Red el valor simbólico necesario para la configuración de ese universo relacional.

Pensemos, por ejemplo, en uno de los modelos más populares de comunicación simultánea en el ciberespacio en tiempo real. Nos referimos al Internet Relay Chat (IRC), donde la antropología social ya nos ha ofrecido serias aproximaciones analíticas a las nuevas formas de comunicación surgidas en los chat-rooms (Mayans, 2002)⁷⁷.

El chat se define como un espacio virtual donde confluyen individuos que se conectan a Internet con el fin de conversar (Roco, 2003)⁷⁸. El funcionamiento es el siguiente. En primer lugar, el usuario debe decidir un pseudónimo (*nick* o *nickname*) que utilizará para identificarse y ser reconocido por el resto de personas. El *nickname* puede ser cambiado en cualquier momento durante la interacción, fenómeno que sólo perciben los que comparten sala con él/ella. Aunque el usuario se ampara en su anonimato y hace fluir su identidad a través del *nickname* sin ningún tipo de atadura, lo más común es que los usuarios mantengan un solo *nick* o incluso se vuelvan considerablemente posesivos con él, tal y como también ocurre con otras aplicaciones ciberespaciales de interacción social. A partir del momento que se suministra el *nickname*, se escoge uno de los cientos (¿miles?) de servidores dónde se encuentra la comunidad IRC con la que se quiere entrar en contacto. Dentro de cada uno de estos servidores se encuentran una infinidad de salas o canales de conversación. El usuario puede decidir entre entrar en uno de los ya existentes y charlar con los allí reunidos o crear uno nuevo (una sala, un espacio, un mundo, a un *double-click* de distancia). Finalmente, un tercer nivel de interacción permite establecer conversaciones privadas entre dos usuarios, en los que ningún otro puede entrar. Todos estos niveles pueden mantenerse simultáneamente, de manera que un usuario puede estar participando de una conversación en un canal masificado, en otra más, dentro de un canal que él mismo ha creado y al que ha invitado a un número reducido de usuarios y, finalmente, estar discutiendo o flirteando con algún otro usuario en privado. Este último aspecto es considerablemente frecuente en el ámbito del IRC, y el que más interés despierta entre las chicas y los chicos adolescentes.

76 GERGEN, K. (1996): *Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social*. Edita Paidós. Barcelona.

77 MAYANS i PLANELL, Joan (2002): *Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Edit. Gedisa. Barcelona.

78 ROCO, Gladys (2003): “Relaciones interpersonales en los chats de Internet” en *Comunicaciones - Grupos 7+17 (Corporalidad, Virtualidad, Hibridación y Simulacro - Internet y Vida Cotidiana)*. 1er. Congreso ON LINE del Observatorio para la Cibersociedad. Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/congreso>]. Con acceso en enero de 2005.

Tal y como apunta Mayans (2001), este sistema de comunicación conlleva una serie de colorarios sociales que merecen la atención de las ciencias sociales. Cuestiones como el anonimato, los rituales de simulación, la tendencia a la desinhibición, lo fluctuante de las identidades construidas, la abundancia del travestismo electrónico, el comportamiento lúdico-comunicativo que lo envuelve, la escasez de control y de normativización del entorno, y lo efímero o duradero de las relaciones con eventuales desconocidos son algunos de los aspectos que más se subrayan.

A nosotros nos parece oportuno señalarlos en tanto que estos aspectos condicionan el desarrollo de los procesos de enculturación de los jóvenes que interactúan a través de Internet. De una forma u otra, cumplen un importante papel en el atractivo que encuentran en este tipo de sociabilidad. Así lo hemos podido comprobar en nuestro trabajo de campo por diferentes canales de conversación en la Red. Como muestra, hemos escogido una de las conversaciones mantenidas con un usuario en el Canal // Barcelona de IRC-Hispano y que sirvió para reflexionar sobre el fenómeno. El texto que transcribimos se guardó literalmente respetando la estructura lingüística, el idioma, la sintaxis de las frases y la ortografía utilizada durante el tiempo de la conversación. En este caso le pedimos a una compañera no iniciada que tratara de averiguar en su primer chat los motivos por los que el usuario con el que conectó lo frecuenta⁷⁹.

[17:55] <Atzar> hola
[17:55] <Alter_26> hola q tal?
[17:55] <Atzar> aburrida
[17:55] <Atzar> y perezosa
[17:56] <Alter_26> jeejejejeje
[17:56] <Alter_26> quina edat tens?
[17:56] <Atzar> 26
[17:56] <Alter_26> i d'on ets?
[17:56] <Atzar> de tarragona
[17:57] <Alter_26> per cert com et dius?
[17:58] <Atzar> ana
[17:58] <Atzar> i tu
[17:58] <Alter_26> Joan, encantat ana
[17:58] <Atzar> vius a Barcelona
[17:59] <Alter_26> nop a girona
[17:59] <Alter_26> encara q vaig molt sovint a BCN per feina
[17:59] <Alter_26> per cert a q et dediques?
[18:01] > al camp social, això del xatejar no sem dona gaire bé,pq no ho faig gai...
[18:01] <Alter_26> ets nou vinguda?
[18:01] <Atzar> volia provar-ho, tu ets asiduo?
[18:01] <Alter_26> normalment no tinc temps, però la grip m'ha fet q m'hi enganxes des d fa un parell de dies

79 Diario de campo. Chats de Internet. Conversación mantenida el 14 de enero de 2005.

[18:01] <Atzar> no però no m'ha atret mai gaire això

[18:02] <Atzar> qet recuperis

[18:03] <Atzar> estic fent una investigació sobre el xat, a tu timporta si et faig algunes preguntes?

[18:03] <Alter_26> gracies

[18:03] <Alter_26> endavant

[18:04] <Atzar> que es el que més tagrada de xatejar

[18:05] <Alter_26> pots passar una estona entretinguda i parles amb altra gent, descobreixes gent molt rara, però tb gent molt interessant

[18:05] <Atzar> a que consideres una persona interessant?

[18:06] <Alter_26> tothom té quelcom interessant, encara q hi ha gent q costa més de descobrir-ho q d'altres

[18:07] <Atzar> i com ho fas? et porta molt temps ? a mi em costaria notar quan algu és més honest...

[18:08] <Atzar> suposo que es qüestió de temps i anar buscant no?

[18:08] <Alter_26> m'ho prenc com una novel·la cadascú, reinventa la seva vida (d'aki el meu nick Alter, d'alter ego) dius coses q potser habitualment no diries.

[18:08] <Alter_26> entenc q és un joc

[18:08] <Alter_26> un passatemps

[18:09] <Alter_26> en q consisteix amb parlar amb gent, millor q la play station, sempre s'apren quelcom sobre comportament humà

[18:09] <Atzar> així aprofites per ser allò que no ets o que tagradaria ser. o fins i tot barrejar?

[18:10] <Alter_26> no exactament, aprofito per dir allò q habitualment et calles. Bé a ser com l'alcohol (comparació poc afortunada, ho sé)

[18:10] <Alter_26> a mi em serveix de teràpia, parlo sense embuts dels q penso i sento

[18:11] <Alter_26> a la cara tots som més prudents

[18:11] <Atzar> sembla atractiu, et deixes anar i no pots trobar-te mai algu que et conegui?

[18:11] <Atzar> hi ha alguna cosa que et faci por?

[18:12] <Alter_26> conec amics q s'hi connecten, però habitualment amb els amics parles pel msn, estadísticament és possible trobar-te algú q coneixes però la probabilitat és mínima

[18:12] <Atzar> potser és perquè jo no hi entenc gaire que et faig aquestes preguntes... suposo que ningú et pot conèixer i ni tan sols es una por amb massa sentit

[18:12] <Alter_26> no, és simplement conversa, q pot passar? q algú s'enfadi amb tu?

[18:13] <Alter_26> doncs li tanques la finestra

[18:13] <Alter_26> l'aventatge és q estas en l'anonimat, i mantenir-lo depèn de les dades personals q tu donis

[18:13] <Alter_26> tu decideixes

[18:13] <Atzar> acostumes a donar dades personals

[18:14] <Atzar> es pot mantenir l'equilibri o el sentit entre el que dic que soc i el que soc

[18:14] <Alter_26> algunes vegades doncs el correu electrònic del msn, però tinc una segona direcció i doncs akesta

[18:15] <Alter_26> és inevitable acabar sent tu mateix, sinó seria esgotador, potser al principi ets més reaci, però si portes estona o dies parlant amb una persona acabes sent tu mateix

[18:15] <Atzar> al msn i deus tenir les persones amb qui has establert més comunicació oi? tampoc ser molt bé ocm va... que pardilla no ...ja ho sé

[18:16] <Alter_26> sip, al msn hi tinc a la gent del xat q més hi parlo
[18:16] <Atzar> és a dir que sorgeix un vincle de confiança real
[18:16] <Alter_26> si, fins hi tot he kedat en persona amb gent
[18:16] <Atzar> això pot passar
[18:17] <Atzar> i que tal l'experiència
[18:17] <Alter_26> doncs molt bé, al principi una mica de por, però un cop trenques el gel i veus q la persona és tal com hi has parlat molt bé
[18:18] <Alter_26> per sort he trobat bona gent
[18:18] <Atzar> mimagino que si despre's de parlarhi tan, pero quin es el motiu que et porta finalment a trobar-thi?
[18:18] <Alter_26> tu q prefereixes una pantalla o una cara?
[18:18] <Atzar> amb cada persona deu ser diferent
[18:19] <Atzar> jo una cara,
[18:19] <Alter_26> al principi busques l'anonimat, però si agafes confiança és lògic q busquis la persona real
[18:20] <Atzar> reconec que avui en dia quedar amb els amics és dificil perque sempre vas corrent i mai tens temps
[18:20] <Alter_26> la paradoxa és q amb els amics hi acabes tb parlant pel msn
[18:20] <Atzar> potser també te a veure amb tot això la soledat? m'equivoco, o no, cadascú sap
[18:21] <Alter_26> evidentment
[18:21] <Atzar> i això? pero tu que prefereixes
[18:21] <Atzar> lo ideal per tu que seria respecte la comunicació
[18:22] <Alter_26> és simplement una nova via de comunicació, ni millor ni pitjor q les tradicionals, simplement un ventall més ample
[18:22] <Atzar> quina satisfacció et dona?
[18:22] <Alter_26> conèixer gent nova
[18:23] <Alter_26> crec q és un bon mitjà
[18:23] <Atzar> suposo que deu ser divertit i interessant, a mes amb les programacions televisives...
[18:23] <Alter_26> fins i tot he acabat amb quelcom més q amestat amb gent q he conegut al xat
[18:24] > a que et refereixes? ja mho imagino pero millor si tu dius alguna cosa més
[18:24] <Alter_26> doncs q quelcom q va començar amb una conversa la xat, llavors es va tranformar en un cafè, un sopar, i la relació es va fer més profunda
[18:25] <Atzar> i ha durat temps?
[18:25] <Alter_26> no és quelcom més diferent q conèixer algu en una disco
[18:25] <Atzar> tens rao
[18:25] <Alter_26> no massa la veritat, però això sempre n'he tingut tendència, sigui com sigui q hagi conegut la persona
[18:25] <Atzar> és diferent, almenys aqui estas més conscient
[18:26] <Alter_26> jejejejeje
[18:26] <Alter_26> si
[18:26] <Atzar> del que fas i dius i del que vols, tu pots pensar millor...
[18:26] <Atzar> intercanvieu alguna foto?
[18:26] <Alter_26> a més aki normalment converses durant dies, i per tant és més fàcil conèixer el caràcter, et pots endur sorpreses evidentment, però també a la vida real

[18:27] <Alter_26> en el msn, normalment la gent hi té la foto i quan t'hi connectes la veus
[18:27] <Alter_26> per molt virtual que sigui, el físic continua essent important
[18:27] <Atzar> la vida real... i això que no ho és?..
[18:28] <Alter_26> em refereixo a les trobades de carn i ossos
[18:28] <Alter_26> o en un disco, la gent no fa veure q és algú altra?
[18:29] <Alter_26> jo fa temps q he perdut el prejudicis al xat, hi ha bona i mala gent com a tot arreu.
[18:29] <Atzar> així doncs com ho definiries, per tu el xat es...
[18:29] <Alter_26> una via de comunicació
[18:30] <Atzar> i amb les persones que he conegut he pogut.....
[18:31] <Alter_26> la pregunta ja té resposta per si sola, "he conegut gent nova"
[18:31] <Atzar> Més o menys, quan temps fa que thi connectes, és una altra de les preguntes que haig de fer-te, (espero no ser pesada..)
[18:32] <Atzar> i a la setmana?
[18:33] <Alter_26> al msn als vespres, el xat va a èpoques, puc estar-hi mesos sense entrar-hi i llavors entrar-hi asiduament durant mesos
[18:33] <Alter_26> tampoc tinc massa temps entre setmana, i els findes quan no surto
[18:33] <Atzar> i que fa que de cop tornis a connectarti asiduament?
[18:33] <Alter_26> mira ara la grip, alguns cops la soletat, d'altres no ho saps
[18:34] <Atzar> i la gent que hi trobes t'enganxen? potser les seves històries?
[18:35] <Alter_26> depèn,ja t'he comentat q a vegades trobes gent q hi connectes desseguida i passes hores parlant i d'altres no hi trobes ningú q sigui interessant per tu
[18:36] <Alter_26> normalment la gent q entra està predisposada a parlar, per tant és fàcil tenir converses
[18:37] <Atzar> i fora del xat, les converses que tens, et costen o no
[18:37] <Atzar> ja se que una cosa no te pq anar amb l'altra, pot sonar a tòpic, però be...
[18:38] <Alter_26> òbviament és més fàcil parlar encovert de l'anonimat del xat, però estic content dels meus amics de sempre hi puc parlar de tot, no tinc problemes per compartir penes i alegries, això com ja he dit és un altre mitjà
[18:38] <Atzar> jo tinc la sensació que no sabia de que parlar, més aviat m'enganxaria als temes que ja estiguessin engegats, o segons la necessitat que tingúes aquell dia de expressar el que sento
[18:39] <Alter_26> ningú et demana q expliquis la teva vida, només parla del q vulguis: cinema, llibres, viatges...
[18:39] <Atzar> magrada pq tens les coses molt clares
[18:39] <Alter_26> a mi m'encanta el cinema i els llibres, i he passat moltes hores parlant-ne recomenat, q m'agrada recomenar
[18:40] <Atzar> i que tal?
[18:40] <Alter_26> el què?
[18:41] <Atzar> si tan recomenat, o si has trobat algu altre que hi entengues amb el cine o literatura
[18:41] <Atzar> has tingut alguna decepció amb el xat?
[18:41] <Alter_26> si, en general la gent li agrada el cinema i els llibres i per sort tenen criteris diferents i pots contraposar-los
[18:42] <Alter_26> bé, jo tinc una filosofia personal que diu, mai hi ha decepcions sinó coses noves q aprens
[18:42] <Alter_26> però entenc el vols dir, tot depèn de les expectatives q et facis

[18:43] <Atzar> ets molt positiu, Per altra banda faries alguna crítica sobre els xats?
 [18:45] <Alter_26> més q crítica seria una reflexió, hi ha molta gent q entent el xat com a eina pels desitjos sòrdids. Però en fi, mentre siguin prou grandets i sàpiguen els q es fan...
 [18:45] <Alter_26> no en canals generalistes com akests, però si en canals de temàtica més explícita, però en fi, això tb és la grandesa del xat
 [18:45] <Atzar> això amaga perills... relativament oi?
 [18:46] <Alter_26> si, si el qui entra és algú "inocent" o q es pensa q el món és de color de rosa
 [18:46] <Atzar> bé noi, està clar que hi entens mes que no pas jo
 [18:46] <Alter_26> molta pràctica...
 [18:46] <Alter_26> ;-P
 [18:47] <Alter_26> i en fi senyoreta ja he acabat el test?
 [18:47] <Atzar> testic molt agraida!
 [18:48] <Alter_26> de res dona, ha sigut divertit fer una mica d'introspeccio
 [18:51] <Atzar> bé noi!moltes gracies i cuidat i potser fins una altra
 [18:51] <Alter_26> igualment
 [18:53] <Alter_26> i a quina conclusio arribes del món del xat?
 [18:53] <Alter_26> estem tots de manicomi?

El sentido de las relaciones sociales que se mantienen en el ciberespacio no difiere de las que puedan darse en cualquier entorno urbano. Así lo entiende Manuel Delgado (1999:12)⁸⁰ en *El animal público* cuando describe lo urbano como el espacio público que se constituye en un <<escenario de un tipo insólito de estructuración social, organizada en torno al anonimato y la desatención mutua o bien a partir de relaciones efímeras basadas en la apariencia, la percepción inmediata y relaciones altamente codificadas y en gran medida fundadas en el simulacro y el disimulo>>.

Como todo ritual, el de la simulación cumple un importante papel en la sociabilidad virtual. Un ritual que se construye mediante el acuerdo implícito de sus participantes en condiciones de anonimato y descorporeización, sin que esto obstruya el camino de un encuentro material. En otras palabras, y siguiendo a Mora (2003:2), <<el ritual de simulación se erige como un enclave intersubjetivo en el cual la exploración de uno(a) de los(as) participantes/actores (actrices) no es posible sin la actuación cooperativa del(a) otro(a) para la construcción y reconstrucción de identidades diferentes, cercanas o distantes, de aquellas que se ponen en juego en las interacciones del mundo material>>. Con estas pautas de relación, lo que se intenta construir es un escenario que permita experimentar diversos encuentros sin el compromiso o las consecuencias que, en otro tipo de circunstancias, tales encuentros podrían acarrear. Pero ese juego recíproco de identidades no impide la construcción de vínculos emocionales verdaderos. Los participantes de un chat, mediante el ritual de simulación y el establecimiento de una relación aparentemente ficticia, posibilitan la vivencia de emociones reales, permitiendo la emergencia de verdaderos universos emocionales en la Red.

80 DELGADO, Manuel (1999): *El animal público*. Edita Anagrama. Barcelona.

En la construcción de esos mundos emocionales y de sociabilidad, la condición femenina desarrolla un papel fundamental. La presencia en la Red de usuarias ficticias o reales anima el juego comunicativo y la búsqueda de las relaciones por Internet. La simple entrada en un canal de conversación así lo demuestra. Muchas veces la conversación en el canal general no representa más que una forma de rápida presentación con la que solicitar privados a las chicas con las que poder flirtear. Sirva de ejemplo los dos casos que presentamos de los que ofrecemos, tan sólo, el inicio de sendas conversaciones. En ambas nos hicimos pasar por chicas mediante un pseudónimo suficientemente confuso.

Ejemplo 1. Inicio de conversación habiendo solicitado privado el usuario bajo el pseudónimo de Brat.⁸¹

[20:45] <Brat> de donde eres Atzavara
[20:46] <Atzavara> de cantabria Q@tu??
[20:47] <Brat> uff
[20:47] <Brat> nos separa un abismo
[20:47] <Atzavara> tu??
[20:48] <Brat> Barcelona
[20:48] <Brat> pero tengo coche
[20:48] <Brat> así que quien sabe
[20:49] <Brat> jeje
[20:50] <Brat> es broma
[20:50] <Atzavara> tienes sms??
[20:51] <Brat> me temo que no
[20:51] <Brat> no, no tengo sms
[20:52] <Brat> me mandarías foto?
[20:53] <Brat> si es así me lo instalo ahora mismo
[20:54] <Atzavara> sq no tengo
[20:54] <Atzavara> un gracioso familiar me las a borrado
[20:56] <Brat> y toda España nos quedaremos sin poder verte?
[20:56] <Brat> jeje
[20:57] <Atzavara> ese <censored> es mi hermano
[20:58] <Atzavara> tranki, ya me hare
[20:59] <Brat> q sea pronto
[21:00] <Brat> q edad tienes?
[21:00] <Atzavara> 16
[21:00] <Atzavara> tu??
[21:01] <Brat> uff
[21:01] <Brat> nos llevamos diez años
[21:02] <Brat> ya no quedarás seguir hablando conmigo
[21:03] <Atzavara> xq nop
[21:03] <Brat> me encontrarás mayor

⁸¹ Cuaderno de estudio de campo. Chats de Internet. Conversación mantenida el 22 de enero de 2005. Canal //Barcelona del servidor de Terra.

[21:04] <Atzavara> supongo
[21:05] <Brat> aunque nos salva el saber que somos de mmmuuuuuyy lejos
[21:06] <Atzavara> y q
[21:07] <Brat> bueno, q jamas nos veremoslas caras
[21:07] <Brat> me temo
[21:08] <Atzavara> kien sabe
[21:08] <Brat> como llegariamos a saberlo
[21:09] <Brat> no te dirian nada tus padres
[21:09] <Brat> o tu hermano que parece que te controla?
[21:10] <Atzavara> me daria igual (...)

Ejemplo 2. Inicio de conversación habiendo solicitado privado el usuario bajo el pseudónimo de Josu.⁸²

[12:09] <Josu> Hola atzavara, ocupada?
[12:10] <Atzavara> no, para nada
[12:11] <Josu> hay tanta gente
[12:13] <Atzavara>dime
[12:15] <Josu> en el general no hay tema
[12:16] <Josu> bien, supongo q para empezar
[12:16] <Josu> preguntarte de donde eres
[12:17] <Josu> se q no es una entrada brillante
[12:20] <Atzavara>desde luego que no, jajaja
[12:22] <Josu> es como el estudias o trabajas
[12:24] <Atzavara> lo q cuesta es romper el hielo
[12:26] <Atzavara> soy de ciuda ral, y tu?
[12:27] <Josu> barcelona
[12:28] <Josu> estamos relativamente cerca
[12:30] <Josu> supongo q no se puede hacer otra cosa un domingo
[12:30] <Josu> por la tarde en ciudad real
[12:30] <Josu> q chatear
[12:32] <Atzavara> poco mas, es cierto..
[12:33] <Josu> sabes q no he estado nunca aki?
[12:33] <Josu> q podrias decirme de ciudad real? (...)

En las entrevistas mantenidas con grupos de jóvenes que en el territorio en el que trabajo utilizan los ordenadores de los *Punts d'Informació Juvenil (PIJ)* para “chatear”, hemos podido comprobar hasta qué punto el encuentro en la Red con el otro de género opuesto constituye la principal motivación de la “conexión”: <<“-i A ver si hoy ligamos!”, “- Seguro que encontramos a las de Zaragoza”, “-Estuvimos hablando con un chico de 22 años que tiene coche y vendrá a vernos desde Barcelona”, son algunas de las respuestas más escuchadas. No cabe duda que representan una auténtica declaración de intenciones. A todos les mueve la misma ilusión, la esperanza de

82 Cuaderno de estudio de campo. Chats de Internet. Conversación mantenida el 19 de enero de 2005. Canal //Barcelona del servidor de Terra.

*“encontrar” a alguien a quienes despertarán su interés. Su búsqueda es narcisista, porque antes de poder conocer a alguien les mueve el impulso que ese alguien quiera conocerlos/as a ellos/as también>>*⁸³.

Si buscáramos antecedentes históricos no nos costaría encontrar cierto espíritu romántico tras esa ilusión que empuja las relaciones sociales en Internet. La capacidad para imaginarse, identificarse y recrearse, para estimularse a partir de emociones proveídas por la intercomunicación en la Red impulsa esa especie de bovarismo contemporáneo que encuentra en esa ilusión su auténtico placer.

El placer que proporcionan las conversaciones de los chats contienen un elemento de posibilidad, de factibilidad en la huída tal y como Madame Bovary encontraba en sus breves intercambios con cualquier paseante de notario si con ellos podía escapar en sueños que más tarde se desvanecían... Sin embargo, la ilusión de los *chat-rooms* nos retrotrae a los divertimentos de la vida de salón del Antiguo Régimen. Y es que en los nuevos territorios de sociabilidad del ciberespacio se mantienen rasgos esenciales de la cultura de la conversación y el poder de la condición femenina.

Somos conscientes que entre un canal de conversación de cualquier servidor IRC y la Estancia Azul de Madame de Ramboulliet conviene hacer paralelismos prudentemente equidistantes, sobre todo si en la inmersión antropológica en los *chat-rooms* esperamos encontrar las charlas agudas y brillantes de la sociabilidad aristocrática. Sin embargo, ambos territorios escenifican una misma utopía. Tanto los salones de las *madammuaselles* como los *chat-rooms* del ciberespacio albergan la ilusión de erigir un “lugar feliz”, un refugio perdido en un universo inocente donde es posible olvidar los dramas de la existencia.

El ritual de la conversación tal y como hemos descrito en un capítulo anterior al referirnos a la nobleza francesa del Antiguo Régimen encontraría en los salones y recintos privados de esas mujeres sensacionales y únicas el espacio donde hacer cumplir una aspiración más profunda: la de crear una condición de armonía y de bienestar capaz de trascender el peso de la realidad.

Como por arte de magia, el arte de la palabra conseguiría derramar en la clase nobiliaria el bálsamo del olvido, creando una atmósfera de conformidad y armonía, entreteniendo, divirtiendo, instruyendo o conjurando, aunque sólo fuese durante unas horas. Similar poder sugestivo proporcionan los *chat-rooms* del ciberespacio, cuya principal fuente de gozo se encuentra en la posibilidad de escapar de las sin razones de la existencia cotidiana.

Los estudios realizados en el marco de la ciberantropología nos advierten de la extremada relevancia que estos nuevos medios de comunicación están adquiriendo desde el punto de vista de la juventud (Fainholc, 2003)⁸⁴. Su accesibilidad es masiva y no cabe duda hasta qué punto el fenómeno de los chats se convierte en un instrumento idóneo e importantísimo en relación con el nacimiento y mantenimiento del grupo de iguales.

83 Diario de campo. Conversación con jóvenes de Banyeres del Penedès, 14 de junio de 2004.

84 FAINHOLC, Beatriz, 2003, “Contribución de una Tecnología Educativa Crítica para la educación intercultural de la ciudadanía”. Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la CiberSociedad en [<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=157>]. Con acceso en enero de 2005.

Haciendo paralelismos con el uso que los jóvenes realizan del teléfono móvil, Fortunati y Manganeli (2002)⁸⁵ apuntan que la explicación carecería de sentido sin aludir a la acuciante necesidad de los jóvenes de pertenencia al grupo, a su mundo cultural de valores, creencias, normas, comportamientos, sentimientos, etc. Y un modelo emergente en relación con los padres y los nuevos modelos de familia apuntaría que los hijos, y muy especialmente las hijas adolescentes, han descubierto en el *chat* una forma de independizarse de los controles paternos, buscando su libertad, y refugiándose en el grupo primario de iguales del *Messenger* o los *chat-rooms* más que en el grupo de iguales de la familia.

Este papel central que adopta el *chat* y la telefonía móvil en la emancipación de las jóvenes adolescentes influirá en el dominio que finalmente ejercen (Ling, 2002)⁸⁶. Y tal y como sucedería en los salones de las mujeres nobles del Antiguo Régimen, serán ellas las verdaderas protagonistas del arbitraje de los intercambios que se suceden en estos nuevos espacios de socialización.

La entrada en un canal de conversación de ámbito general sin otro fin que el de “conocer” a otros usuarios y usuarias obliga a prestar atención a los deseos de las chicas porque es a ellas a quienes de verdad hay que gustar. Para ello, los usuarios dependen de su capacidad comunicativa como en los salones de las *madam-massuelles* se dependía del arte de la palabra, esa galantería difusa y desprovista de objeto que se impone a fuerza de ingenio y alegría.

Como que la estructura y el ritmo conversacional en un canal abierto se muestra más errática, vaga y desprovista de dirección, se recurre a los privados donde las conversaciones tienden a desarrollarse, en una primera fase, describiendo aspectos biográficos de cada uno de los personajes. Establecido ese primer contacto es muy probable que ambos personajes acuerden seguir hablando a través del *Messenger* con el fin de evitar las interferencias del canal abierto. Es en este momento de intimidad donde los usuarios ponen a prueba su capacidad de seducción con el fin de alargar la conversación. Y es aquí donde los personajes con identidad femenina más condicionan el ritmo de la conversación.

El rol activo, el que se ofrece en primer término para conocer al personaje femenino acostumbra a ser desarrollado por el usuario masculino. Así lo hemos podido constatar cuando adoptábamos en nuestro trabajo de campo un *nick* que representaba un personaje femenino. La solicitud de privados por parte de personajes masculinos ofrecía un amplio abanico de protocolos de saludo y “entrada” que sólo una muestra inicial de los intereses de conversación son determinantes para seguir con la interacción. A continuación mostramos un ejemplo⁸⁷.

85 FORTUNATI, Leopoldina y MANGANELLI, Anna María (2002): “El teléfono móvil de los jóvenes” en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 57. *Juventud y teléfonos móviles*. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 59-78).

86 LING, Richard (2002): “Chicas adolescentes y jóvenes adultos: dos subculturas del teléfono móvil” en *Revista de Estudios de Juventud*, nº 57. *Juventud y teléfonos móviles*. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 33-46).

87 Cuaderno de estudio de campo. Chats de Internet. Conversación mantenida el 24 de enero de 2005. Canal //Tarragona del servidor de Terra.

[14:03] <Adam> Hola, ocupada?
[14:03] <Dunia> Poco, no hay tema
[14:04] <Adam> Has dado con la persona indicada
[14:04] <Adam> De donde eres?
[14:05] <Dunia> De momento empiezas como todos
[14:06] <Adam> Tienes razón. Voy a cambiar de estrategia. Cuantos años tienes?
[14:07] <Dunia> Lo que digo, no hay tema
[14:08] <Adam> Esta bien. Te haces la dura. Me gusta tu nick
[14:08] <Adam> Tu eres poeta por lo menos
[14:09] <Adam> Yo también intento serlo, aki, en el chat.
[14:10] <Dunia> Y como lo haces
[14:10] <Adam> Cuelo poesía
[14:11] <Dunia> Cortas y pegas vaya
[14:12] <Adam> Ya sabes que la poesía no es de quien la escribe sino de quien la necesita (...)

Tal y como demuestra Mayans (2002), en un chat, de modo más agudo incluso que en cualquier contexto social, la validez de un individuo como miembro necesita de su competencia comunicativa. Su intervención cumple el papel de la acción, aunque ésta sea efímera y pueda no llegar a influir en la estructura de la conversación que se esté desarrollando en el canal. En el mismo sentido, la voluntad de acción del usuario solicitando un privado puede no despertar el mismo interés en el miembro con el que se quiere interactuar.

La competencia comunicativa hay que vincularla también con el contenido de las conversaciones. Es difícil fijar una estructura mínima en un espacio de charla permanente, fluido y polifónico como el chat de Internet, así que hay que destacar la amplitud de horizontes. Las motivaciones que empujan a los usuarios son tan diversas que éstas se traducen automáticamente en la acción del tecleo sin pretensiones que se alejen a la simple ociosidad y el entretenimiento. En nuestra incursión por el universo de los *chats* hemos podido constatar hasta qué punto este entretenimiento está mayoritariamente vinculado con el flirteo (Palazzo, 2005)⁸⁸.

88 En este sentido, los *chats* de Internet no se alejan tanto de los salones de la corte cuando el galanteo pasa a formar parte de una de las estrategias fijas en la conversación mundana. Palazzo (2005) plantea en su estudio, tomando como muestra varias conversaciones mantenidas con jóvenes en canal público y mediante privados, en qué grado los participantes de las conversaciones llamadas virtuales utilizan estrategias de cortesía en el marco de la interacción, en un medio en el que la pertenencia a una comunidad 'real' y otra electrónica entran en relación.

En general, podemos suponer que los enunciados en este sitio adolecen de falta de estas estrategias, ya que muchos de ellos están cargados de agresividad o bien, en la búsqueda de economía del lenguaje, el sujeto enunciadador -ante la urgencia de decir- evita frases modalizadoras y actos donde se manifieste la cortesía. Por el contrario, existen actos anticortesés y descortesés. Sin embargo, la anticortesía y la antinormatividad pueden promover el efecto de cortesía entre los jóvenes, en tanto es una de las formas discursivas de manifestar la pertenencia a un grupo o generación. Este hecho tiene su correlato en las conversaciones entre jóvenes fuera de la red.

Para más información se puede consultar en: PALAZZO, Gabriela, (2005): "¿Son corteses los jóvenes en el chat? Estudio de estrategias de interacción en la conversación virtual". En *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, 5. *Temática Variada*. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en marzo de 2005.

Esta constante fijación con el flirteo proporciona a los sujetos la posibilidad permanente de experimentar con su personalidad sin necesidad de encerrarla en estructuras compactas y coherentes propias de la madurez.

Para desarrollar la perspectiva que consideramos más válida a la hora de analizar los procesos de enculturación de los jóvenes a través de Internet debemos recurrir de nuevo a Sherry Turkle (1995) y hacer paralelismos convenientes con sus estudios sobre las personalidades en entornos cibernéticos. Cuando la autora desidealiza el concepto de la "madurez" como fase de solidez psicológica, coherencia, estabilidad y racionalidad permite la entrada de factores de desorden, de complejidad y de inestabilidad para entender el desarrollo de la personalidad.

En cierto modo, si los estudios sobre las personalidades en entornos cibernéticos destacan la conveniencia que los adultos experimenten con ellas en el juego de las relaciones en Internet, este tiempo de moratoria propio de la adolescencia se convierte en el ideal de nuestra cultura actual.

El establecimiento y validación de un modelo emergente de personalidad tal y como lo defiende Turkle (1995) ya no se fundamenta en el ideal de la construcción de una personalidad coherente y madura. Tal y como afirma la autora, los entornos cibernéticos permiten desarrollar a los usuarios <<una forma de pensar en la cual la vida está hecha de muchas ventanas, y la vida real es sólo una de ellas>> (Turkle, 1995:192). El juego de las apariencias en el chat, el desarrollo de procesos de enculturación en entornos virtuales o mundos de ficción forman parte de esas múltiples ventanas desde las que el joven de hoy construye su personalidad fragmentaria. Una eterna búsqueda que hace de la moratoria adolescente el verdadero ideal de la cultura contemporánea.

10.7. Reflexiones finales

Las dinámicas socioculturales de la condición postmoderna sitúan a los jóvenes en un lugar de inédita relevancia. Aunque algunas facetas sobre la posmodernidad ya han sido fatigadas en exceso⁸⁹, no podemos dejar de destacar hasta qué punto la condición postmoderna encarna los conflictos tradicionalmente descritos como típicos de la adolescencia (Cao, 2002)⁹⁰. Los problemas de identidad, la individualización narcisista, la crisis de valores, la ironía y el hedonismo, el juego de las ambigüedades y de las apariencias -tal y como hemos descrito a lo largo del capítulo- coinciden con la problemática identificatoria juvenil. La transición adolescente se adecua a la perfección al modelo subjetivo de fin de siglo y se presenta como el mejor correlato empírico para comprender la abstracta conceptualización de la posmodernidad.

89 ARENDT, H. y FIENKIELHRAUT, A. (1989): *La crisis de la cultura*. Editorial Portic. Barcelona.
HELLER, A. y FEHER, F. (1989): *Políticas de la posmodernidad*. Edita Península. Barcelona.
JAMESON, Frederic (1993): *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío*. Edita Paidós. Barcelona.
LIPOVETSKY, Gilles (1996): *La era del vacío*. Anagrama. Barcelona.
LYON, David (1996): *Posmodernidad*. Edita Alianza editorial. Madrid.
LYOTARD, Jean-François (1994): *La condición postmoderna*. Ediciones Catedra. Madrid.

90 CAO, Marcelo Luis (2002): "Modelos de comunicación, adolescencia y postmodernidad" Disponible en Internet en: [<http://www.psinet.com.ar/rit/rit03019htm>]. Con acceso en enero de 2003.

En segundo lugar, habría que añadir algo más: el horizonte de profundas modificaciones a las que se ha visto sometida la identidad y socialización de los individuos en el nuevo contexto tecnológico (Castells, 1995). Las nuevas generaciones no pueden explicarse sin los cambios culturales que han generado los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Este mundo virtual lleno de instrumentos tecnológicos está configurando su visión de la vida y del mundo. Son los nuevos protagonistas de sus procesos de enculturación.

La juventud se ha convertido en síntoma y símbolo de la sociedad contemporánea. <<El mundo... corre alocadamente tras la adolescencia. Y esta inversión constituye (...) la revolución cultural de la época postmoderna>> -nos decía Finkelkraut (1987:135)⁹¹ hace ya unos años-.

¿Por qué la subjetividad postmoderna se apuntala en ella?. ¿Por qué este conjunto etéreo que vagó sin rumbo ni anclajes por décadas es ahora “descubierta” como la encarnación desiderativa del sujeto de la postmodernidad?. La expansión definitiva del territorio de la juventud abarca la totalidad de la vida psíquica contemporánea. La transición juvenil se adecua a la perfección al modelo subjetivo de fin de siglo. En este marco civilizatorio, la juventud se ha convertido en un territorio en el que todos quieren vivir y gozar inmediatamente. Al decir de Beatriz Sarlo (1994:38)⁹² <<...la juventud no es una edad sino una estética en la vida cotidiana...>>, a lo que se debe agregar, atravesada por los valores hegemónicos de la mentalidad de esta época.

Hay múltiples ejemplos en la literatura tradicional para designar esta voluntad de permanencia en una etapa de la vida alejada de las responsabilidades. En psicología se conoce como síndrome de Peter Pan y define esa actitud de negación de la madurez, de incapacidad de asumir los cambios que el tiempo impone inexorablemente a nuestros cuerpos, nuestras formas de vida y nuestra implicación en las relaciones con los demás, con el mundo que nos rodea, con nosotros mismos.

Siguiendo a Olivares (2001:8)⁹³ <<la figura de Peter Pan, proyección literaria de su autor (James Matthew Barrie, un hombre que nunca asumió su realidad como hombre adulto ni en su vida privada ni en sus hábitos sociales, ni en sus relaciones sexuales o amistosas), encarna el ideal de todos aquellos que quieren vivir en el País de Nunca Jamás, ese lugar mágico en el que las sirenas, Campanilla, Los Niños perdidos y el Capitán Garfío, comparten un mundo de libertad y ensueño, sin horarios, sin padres, sin escuela, sin trabajo, sin más responsabilidades que jugar, cantar y disfrutar. Salir de ese país significa crecer, dejar de ser joven para convertirse en adulto, pasar de hijo a padre, cargarse de responsabilidades. Transformarse y, en definitiva, asumir el juego, a veces peligroso, de vivir>>.

91 FINKIELKRAUT, Alain (1987): *La derrota del pensamiento*. Edita Anagrama. Barcelona.

92 SARLO, Beatriz (1994): *Escenas de la vida postmoderna: intelectuales, arte y videocultura en Argentina*. Edita Ariel. Buenos Aires.

93 OLIVARES, Rosa (2001): “¡Qué grande es ser joven!” en *Exit, Imagen y Cultura*, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid, (pp. 8-9).

Afirma Bruckner (2001:71)⁹⁴ en un artículo de la misma revista que <<(…) cuanto más consciente se vuelve el individuo de su responsabilidad y de las cargas que pesan sobre él, más proyecta su despreocupación perdida sobre el niño que fue. Ese estado mágico es un absoluto del que está excluido: madurar es morir un poco, volverse huérfano de los propios orígenes>>.

Fue Oscar Wilde⁹⁵ quien, en las postrimerías del siglo pasado, ilustró de forma fantástica esta constatación en *El retrato de Dorian Gray*: envejecer es un pecado, incluso un crimen. El deterioro del rostro refleja el del alma.

Lipovetsky (1996:22) apunta en *La era del vacío* como la cultura postmoderna proyecta <<la emancipación individual extensiva a todas las categorías de edad y sexo>>. El neo-narcisismo intensifica el miedo a envejecer y a morir mientras que el sentido existencial de las personas pasa por la necesidad de ser valorado por la belleza y el encanto.

<<Todas las contemporáneas ingenierías del -self -tal y como apunta Brea (2001:120)⁹⁶- (las tecnologías del cuerpo, la biogenética, las multiplicadas posibilidades de la cirugía estética, toda la industria del aspecto, la moda, la cosmetología, las bioquímicas y las ciberdelias) están creando un territorio de juventud expandidos. Los estudios de demografía contemporáneos postulan un envejecimiento creciente de la población en sociedades más avanzadas. (...) La expectativa de vida media en las nuevas sociedades se amplía constantemente, pero lo hace acompañada de demandas de calidad -que suponen no una prolongación del tramo de madurez, y mucho menos el de ancianidad, sino del de juventud. Incluso la nueva tercera edad es concebida (por todas las industrias del sujeto, el turismo cultural, la ingeniería de la experiencia) como segunda juventud- ni siquiera como madurez prolongada. (...) Es el estado de "madurez", de responsabilidad, el que tiende indefectiblemente a acortarse, en beneficio de estados de juventud expandidos, que se ponen a sí mismos como posibilidad en cualquier momento de la vida del sujeto, cualquiera sea la hora en sus relojes biológicos>>.

El territorio de la juventud se ha expandido porque nunca como ahora los límites entre la adolescencia y la adultez han sido tan difusos. El adulto de la sociedad del siglo XXI ha trazado la vía de retorno que le permitirá instalarse y permanecer en el paraíso del capricho y la impostura.

Ante este panorama, muchos de los preceptos de la psicología evolutiva canónica que asientan la madurez sobre las bases del sometimiento a la realidad y la contención de la fantasía, quedan totalmente obsoletos (Gili 2001:16)⁹⁷. Todo es importante y banal al mismo tiempo, puesto que la realidad en sí misma carece de identidad.

94 BRUCKNER, Pascal (2001): "Unos adultos pequeñitos, muy pequeñitos" en *Exit, Imagen y Cultura*, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid. (pp. 70-72).

95 WILDE, Oscar 1891 (1991): *El retrato de Dorian Grey*. Edita Planeta. Barcelona.
Versión cinematográfica: LEWIN, Albert (1945): *El retrato de Dorian Grey*. Reino Unido.

96 BREA, José Luis (2001) "Todas las fiestas del futuro. Cultura y juventud (S. 21)" en *Exit, Imagen y Cultura*, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid, (pp. 114-120).

97 GILI, Marta (2001): "Pero... tú... ¿quién te has creído que eres?" en *Exit, Imagen y Cultura*, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid. (pp. 16-26).

Lo saben los diseñadores de moda, capaces de embutir prendas minimalistas sobre cuerpos que ya no se ocultan, los *tours operators* que ofrecen aventuras y experiencias organizadas para que los adultos se entretengan, jueguen o se diviertan... (Rifkin, 2000)⁹⁸; lo vimos en el cine, cuando se nos revelaba el diario amoroso de una adolescente de 35 años⁹⁹; y lo han aprendido los políticos, que sin pudor reducen su discurso a un cuento infantil de buenos y malos.

<<La infantilización de la sociedad viene también de la mano de una sobresaturación informativa que empieza ya desde la cuna y que adapta su discurso a la modalidad para todos los públicos. Pasados todos por el mismo rasero, la sociedad global está sometida a las maquinaciones de un poder devastador que en este caso no utiliza ni armas ni ejércitos, sino la mordaza de un proceso de dominación cultural que empezó por Mickey Mouse o Barrio Sésamo y continúa con Friends, Ally McBeal o Final Fantasy>> (Gili 2001:18).

Pero además hay que advertir del pastiche de roles; la obsolescencia de algunas de las convicciones en las que se había cimentado la existencia. <<Los adultos cada vez juegan más y tienden a resolver sus conflictos huyendo hacia los juegos virtuales, los parques temáticos, el turismo organizado o los deportes de élite. Estos padres, que tampoco aceptan la niñez perdida y que como sus hijos se refugian en la fantasía, con el fin de soportar las continuas exigencias de una vida saturada de actividades, son los mismos que en alguna ocasión vociferan a sus hijos la famosa frase: pero... tú... ¿quién te has creído que eres?>> (Gili 2001:19).

Mientras los adultos pactan con el diablo para detener el reloj biológico, el territorio de la juventud se prolonga por el otro lado, el de la infancia/adolescencia. Digamos que se accede a ella antes.

Si seguimos con los referentes literarios le debemos a la *Lolita* de Nabokov¹⁰⁰ esta idea. Los estudios culturales y de comunicación han demostrado, por ejemplo, que la omnipresente erotización de las niñas en los medios populares de comunicación se debe a la presencia de imaginarios de identificación apresuradamente juveniles (Walwerdine, 1996)¹⁰¹.

El dominio de la infancia es cada vez más corto. Los relatos formativos y la relación con modos de comprensión del mundo que caracterizan a la infancia se suspenden antes. La época de los cuentos infantiles deja rápidamente paso a las teleseries de adolescentes curtidos, a la cultura del ocio temprana, a los *clubs lights* o a toda la subcultura de la consola... con imaginarios que se corresponden más con una cultura de juventud, sexualizada en sentidos muy explícitos, que con la narración fabulada de modelos morales del mundo.

98 RIFKIN, J. (2000): *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Edita Paidós, Estado y Sociedad. Barcelona.

99 MAGUIRE, Sharon (2001): *El diario de Bridget Jones*. Reino Unido.

100 NABOKOV, Vladimir 1955 (2002): *Lolita*. Edita Proa. Barcelona. *Versiones cinematográficas*: KUBRICK, Stanley (1962): *Lolita*. EE.UU.; LYNE, Adrian (1996): *Lolita*. EE.UU.

101 WALKERDINE, Valerie (1996): "La cultura popular y la erotización de las niñas" en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (compiladores): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós. Barcelona.

Vamos por el camino correcto, pues, si estudiamos los procesos de enculturación de la juventud actual en el contexto social más amplio de la postmodernidad. Hemos visto como la postmodernidad ha perfilado ciertas características en la sociedad convirtiendo la juventud en síntoma y símbolo de nuestro tiempo. Pero el tejido social también está siendo moldeado por el consumo mediático (Curran, 1998)¹⁰².

Ya hace tiempo que Baudrillard (1987)¹⁰³ nos advirtió que la complejidad que caracteriza a la postmodernidad se agudiza aún más cuando los acontecimientos se tornan en acontecimientos mediáticos, cuando el simulacro (mediático) prevalece ante lo real.

Ana María Raad (2002:2)¹⁰⁴, Directora de Proyectos y Estudios del Centro de Desarrollo e Investigación de Chile, apuntaba hace poco en un congreso virtual algunas de estas características que se han visto acentuadas por el uso de los medios o las relaciones que éstos median: *“la máscara como identidad, que es un ir y venir entre construcciones y deconstrucciones de un yo, otro y un nosotros; el tiempo como experiencia, a partir del cual se vive el presentismo (no futurismo) a través de la interacción constante; el fin del espacio como territorio, ya que los espacios no son compartidos sino interconectados y con estructuras del tiempo de tipo instantáneos y simultáneos; el consumo como dialéctica, consumo mediático, de información que aglutina y sirve de encuentro para generar sentido común; las emociones aglutinantes, ya que la consistencia de los grupos es intensamente mantenida por puestas en común de sensibilidades y afectos, no así por razones o de un “para qué” claro y socializado>>.*

La antropología de los medios de comunicación ha demostrado también que los núcleos socializadores por excelencia, como lo eran la familia y la escuela, han sido puestos en jaque por los medios de comunicación de masas y más recientemente por la red de Internet y los videojuegos virtuales. La construcción de identidades, ciudadanía y moral, parecerían no ser más responsabilidad de dichos núcleos “tradicionales” de socialización, sino que en gran parte, son responsabilidad de los medios (con toda la espectacularización e industrialización que esto conlleva).

La creciente notoriedad de la identidad (como problema que aparece en la vida cotidiana) está manejada y controlada por las industrias culturales de la comunicación de masas, que han transformado la comprensión del mundo y el lugar de los poseedores individuales de identidad dentro del mismo (Gilroy 1996)¹⁰⁵.

102 CURRAN, James; MORLEY, D; WALKERDINE, V. (Comp.); (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*. Paidós. Barcelona.

103 BAUDRILLARD, Jean (1987): *La cultura del simulacro*. Edita Kairós. Madrid.

104 RAAD, Ana María (2002): “Cultura e Internet: relaciones al interior de una comunidad virtual”. Disponible en Internet: [http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ana_maria_raad.htm]. Con acceso en enero de 2003.

105 GILROY, Paul (1996): “Los estudios culturales británicos y las trampas de identidad” en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (compiladores): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Paidós. Barcelona.

La caída de los puntales de la modernidad ha puesto en crisis a muchas instituciones, que perdieron parcial o totalmente el rumbo o la razón de sus funciones específicas. Así ha sucedido con la familia y la escuela (Toffler, 1990)¹⁰⁶. Estos viejos crisoles en donde hasta hace poco se modelaban las subjetividades, se ven reemplazados por otros nuevos, donde se hornea una realidad virtual y, para algunos críticos, alienante.

A esta altura del siglo ya no discutimos si los medios son buenos o malos, apocalípticos o integrados (Eco, 1993). Son una realidad tecnológica a la que no podemos renunciar. Las imágenes con las que trabajan estos medios son un material inigualable para canalizar las producciones del imaginario social y acceder en forma privilegiada respecto de otros (tradición oral, literatura, etc.) al campo identificatorio de los sujetos. El hiperrealismo de las técnicas fílmicas, el pulido de los perfiles del consumidor tipo a quien está dirigido el mensaje y del que nadie puede excluirse voluntariamente, junto al contexto del producto-marca que se oferta, han creado una verdadera cultura audiovisual que gracias a su planetarización (la Aldea Global profetizada por McLuhan)¹⁰⁷ tiene llegada a lugares imposibles y ejerce una función modelizante a la que es muy difícil sustraerse.

Así, la cultura industrializada y digitalizada en imágenes es el imán aglutinador de las culturas juveniles, la amalgama que desplaza a las viejas fuerzas de cohesión que representaban el territorio, el barrio o la ciudad. Esta cultura es productora de los nuevos símbolos, de los nuevos referentes psíquicos de la identificación, al igual que se ha convertido en la “creadora” de las distintas atmósferas donde los sujetos postmodernos se socializan y comunican.

Este nuevo tejido social, estas nuevas estructuras que la sociedad está modelando a partir de la experiencia postmoderna y del consumo mediático, adquieren centralidad en el momento de abordar el estudio de Internet como medio de masas (Cebrián, 1998)¹⁰⁸. Internet recrea, acelera, amplifica, profundiza nuevas tendencias y estructuras en la sociedad. En los jóvenes actuales condiciona nuevos modelos identificatorios y sus procesos de enculturación. Despliega un nuevo universo cultural de implicaciones inimaginables (Castells, 2001).

Y a medida que la tecnología avanza las previsiones se multiplican. Algunos autores como Howard Rheingold (2002)¹⁰⁹, el hombre que ha popularizado las comunidades virtuales, avanzan que *“la telefonía móvil y la banda ancha podrían trastornar las relaciones humanas, las ciudades y toda la sociedad de una manera aún más profunda que el ordenador o Internet”*.

106 TOFFLER, Alvin. (1992): *La tercera ola*. Editorial Plaza & Janés. Barcelona.

107 MCLUHAN, Marshall 1962 (1992): *La galaxia Gutemberg: génesis del “homo typographicus”*. Edita Planeta-De Agostini. Barcelona.

108 CEBRIÁN, J. L.; (1998): *La xarxa*. Proa. Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

109 RHEINGOLD, Howard (2002): “Smart Mobs: the next social revolution”. Disponible en Internet en: [<http://www.smartmobs.com>]. Consultado en enero de 2003.

En este contexto, donde los medios reproducen y median los procesos culturales de la sociedad y de las jóvenes generaciones en particular, se abre un inmenso campo de investigación y teorización. Ellos reflejan la enorme variedad de experiencias sociales de los miembros individuales, y una pedagogía de la juventud para nuestro tiempo está obligada a recogerlas para saber hacia donde proyectarse.

Bibliografía

ARENDRT, H. y FIENKIELHRAUT, A. (1989): **La crisis de la cultura**. Editorial Portic. Barcelona.

AUGÉ, Marc (1989): **Los no-lugares**. Edita Gedisa. Barcelona.

BAUDRILLARD, Jean (1987): **La cultura del simulacro**. Edita Kairós. Madrid.

BECH, Ulrich (1992): **La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad**. Edita Paidós. Barcelona.

BÉJAR, Helena 1990 (1998): **El ámbito íntimo. Privacidad, individualismo y modernidad**. Alianza Editorial, S.A. Madrid.

BOCOCK, Robert (1993): **El consumo**. Talasa Ediciones. Madrid.

BOLLON, Patrice (1992): **Rebeldía de la máscara**. Edit. Espasa-Calpe. Madrid.

BOURDIEU, Pierre 1979 (1988): **La distinción: criterios y bases sociales del gusto**. Editorial Taurus. Madrid.

BREA, José Luis (2001) "Todas las fiestas del futuro. Cultura y juventud (S. 21)" en **Exit, Imagen y Cultura**, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid, (pp. 114-120).

BRUCKNER, Pascal (2001): "Unos adultos pequeñitos, muy pequeñitos" en **Exit, Imagen y Cultura**, nº 4. Olivares y Asociados, S.L. Madrid. (pp. 70-72)

CASTELLS, Manuel (2001): La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Contiene los tres volúmenes: La Sociedad Red, 1996; El Poder de la Identidad, 1997; Fin de Milenio, 1998. Edit Alianza. Madrid.

CEBRIÁN, J. L.; (1998): **La xarxa**. Proa. Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona.

COSTA, Jordi (1999): **Mundo Bulldog: un viaje al universo basura**. Edit. Temas de Hoy. Madrid.

COSTA, Jordi (2002): **iVida mostrenca!. Contracultura en el infierno posmoderno**. Edit. La Tempestad. Barcelona.

CURRAN, James; MORLEY, D; WALKERDINE, V. (Comp.); (1998): **Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo.** Paidós. Barcelona.

DEBORD, Guy 1967 (1999): **Comentarios sobre la sociedad del espectáculo.** Edita Anagrama, nueva versión ampliada. Barcelona.

DELGADO, Manuel (1999): **El animal público.** Edita Anagrama. Barcelona.

DELGADO, Manuel (1999): **La violència com a recurs i com a discurs.** Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 7. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

DELGADO, Manuel (2002): “Estética e infamia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes urbanos” en FEIXA, Carles; COSTA, Carmen; PALLARÉS, Joan (eds.): **Movimientos juveniles en la Península Ibérica. Graffitis, gri-fotas, okupas.** Editorial Ariel. Barcelona, (pp. 115-143).

DERY, Mark 1996 (1998): **Velocidad de escape. La cibercultura en el final del siglo.** Edita Siruela. Madrid.

DU BOIS-REYMOND, Manuela y LÓPEZ BLASCO, Andreu (2004) : “Transiciones tipo yo-yo y trayectorias fallidas: hacia las políticas integradas de transición para los jóvenes europeos” en **Revista de Estudios de Juventud, nº 65. Políticas de juventud en Europa.** Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 11-29).

ECO, Umberto 1965 (1993): **Apocalípticos e integrados.** Editorial Lumen. Madrid.

FEIXA, Carles (1998): **De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la Juventud.** Edita Ariel. Barcelona.

FERNÁNDEZ CAVIA, Josep (2003): **El consumidor adolescent. Televisió, marques i publicitat.** Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. Barcelona.

FINKIELKRAUT, Alain (1987): **La derrota del pensamiento.** Edita Anagrama. Barcelona.

FUENTES, Enrique y BELTRAN, José Miguel (1995): “Violencia y rebelión juveniles. Sobre la educación y la prevención”, en **Universitas Tarraconensis,** (pp. 79-97).

FORTUNATI, Leopoldina y MANGANELLI, Anna María (2002): “El teléfono móvil de los jóvenes” en **Revista de Estudios de Juventud, nº 57. Juventud y teléfonos móviles.** Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 59-78).

FURLONG, Andy i CARTMEL, Fred (2001): **Els contextos canviants de la Joventut.** Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 14. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

GERGEN, K. (1996): **Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social.** Edita Paidós. Barcelona.

GIDDENS, A. 1991 (2000): **Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea.** Ed. Península. Barcelona.

GIL CALVO, Enrique (2003): “La veu de la identitat. Música, estratègia i reflexivilitat” en FEIXA, Carles; SAURA, Joan R. y DE CASTRO, Javier (eds.): **Música i ideologies. Mentre la meva guitarra parla suament...** III Fòrum d'Estudis sobre la joventut, 2000. Universitat de Lleida i Secretaria General de la Joventut. Barcelona.

GILI, Marta (2001): “Pero... tú... ¿quién te has creído que eres?” en **Exit, Imagen y Cultura, nº 4.** Olivares y Asociados, S.L. Madrid. (pp. 16-26).

GILROY, Paul (1996): “Los estudios culturales británicos y las trampas de identidad” en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (compiladores): **Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo.** Paidós. Barcelona.

GUBERN, Román (2000): **El eros electrónico.** Grupo Santillana Ediciones. Madrid.

HEBDIGE, Dick 1996 (1998): “El objeto imposible: hacia una sociología de lo sublime” en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (Comp.) 1996 (1998): **Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo.** Edit. Paidós. Barcelona, (pp. 109-152).

HELLER, A. y FEHER, F. (1989): **Políticas de la posmodernidad.** Edita Península. Barcelona.

JAMESON, Frederic (1993): **El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío.** Edita Paidós. Barcelona.

KLEIN, Naomi (2001): **No logo: el poder de las marcas.** Edit. Paidós. Barcelona.

LING, Richard (2002): “Chicas adolescentes y jóvenes adultos: dos subculturas del teléfono móvil” en **Revista de Estudios de Juventud, nº 57. Juventud y teléfonos móviles.** Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 33-46)

LIPOVETSKY, Gilles 1986 (1996): **La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo.** Editorial Anagrama. Barcelona.

LYON, David (1996): **Posmodernidad.** Edita Alianza editorial. Madrid.

LYOTARD, Jean-François (1994): **La condición postmoderna.** Ediciones Catedra. Madrid.

MAYANS i PLANELLS, Joan (2002): **Género Chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio.** Edit. Gedisa. Barcelona.

MCLUHAN, Marshall 1962 (1992): **La galaxia Gutemberg: génesis del “homo typographicus”**. Edita Planeta-De Agostini. Barcelona.

MARTIN, J. (coord.), (1995): **Cultures juvenils i violència**. Direcció General de Justícia Juvenil. Departament de Justícia. Barcelona.

MARTÍNEZ, Roger i PÉREZ, J.D. (1997): **El gust juvenil en joc**. Diputació de Barcelona.

MARTÍNEZ, Roger (2003): **Cultura juvenil i gènere**. Observatori Català de la Joventut. Col·lecció Aportacions, nº 21. Secretaria General de la Joventut. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

MARTÍNEZ, Roger (2004): “Culturas vivas. Una entrevista a Paul Willis” en **De las tribus urbanas a las culturas juveniles. Revista de Estudios de Juventud, nº 64**. INJUVE. Madrid, (pp. 123-136).

NILAN, Pam (2004): “Culturas juveniles globales” en **Revista de Estudios de Juventud: De las tribus urbanas a las culturas juveniles, nº 64**. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp.39-48).

OLIVARES, Rosa (2001): “¡Qué grande es ser joven!” en **Exit, Imagen y Cultura, nº 4**. Olivares y Asociados, S.L. Madrid, (pp. 8-9).

REGUILLO, Rossana (2000): “Entre la insubmissió i l’obediència. Cossos juvenils i polítics d’identitat” en FEIXA, Carles i R. SAURA, Joan (eds.): **Joves entre dos móns. Moviments juvenils a Europa i a l’Amèrica Llatina**. II Fòrum d’Estudis sobre la Joventut. Universitat de Lleida. Secretaria General de la Joventut. Barcelona, (pp. 109-122).

REGUILLO, Rossana (2004): “La performativitat de las culturas juveniles” en **Revista de Estudios de Juventud, nº 64**. Instituto de la Juventud (INJUVE). Madrid, (pp. 49-56).

RHEINGOLD, Howard (1996): **La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras**. Edita Gedisa. Barcelona.

RIFKIN, J. (2000): **La era del acceso. La revolución de la nueva economía**. Edita Paidós, Estado y Sociedad. Barcelona.

RIVIÈRE, Margarita (2002): “Moda de los jóvenes: un lenguaje adulterado” en RODRÍGUEZ, Félix (Comp.): **Comunicación y cultura juvenil**. Edita Ariel. Barcelona, (pp. 87-92).

ROBLEDO, Juanjo (2002): “Fundamentalistas” en **El País de las Tentaciones del viernes 7 de enero**. Edit. EL PAÍS. Madrid, (pág. 22).

RODRÍGUEZ, Elena (Coord.) (2002): **Jóvenes y videojuegos: significación y conflictos**. INJUVE y Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD). Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid.

ROJAS MARCOS, L. (1998): “La estética de lo patético” en **Canal +. La Revista de los abonados**, 91 (Mayo).

SANDOVAL, Pablo X. (2002): “El poder de los videojuegos” en EL PAÍS, domingo 6 de enero. Madrid, (p. 24).

SARLO, Beatriz (1994): **Escenas de la vida postmoderna: intelectuales, arte y video-cultura en Argentina**. Edita Ariel. Buenos Aires.

SOLE BLANCH, Jordi (2001): “La maratón de cinema freak a Tarragona” en Diari El Punt, 22 de febrero. Tarragona, (p. 18).

SOLE BLANCH, Jordi (2002): “La xarxa atrapa els joves” en Diari El Punt, 6 de febrero. Tarragona, (p. 20).

TOFFLER, Alvin. (1992): **La tercera ola**. Editorial Plaza & Janés. Barcelona.

TURKLE, Sherry (1995): **La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet**. Ed. Paidós. Barcelona.

VIDAL, Jaume: “Mangalunya” en **Quadern, nº 995, dijous 24 d’octubre de 2002**. EL PAÍS. Edición de Catalunya. Barcelona, (pp. 1-2).

WALKERDINE, Valerie (1996): “La cultura popular y la erotización de las niñas” en CURRAN, James; MORLEY, David y WALKERDINE, Valerie (compiladores): **Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo**. Paidós. Barcelona.

WILLIS, P. i altres 1990 (1998): **Cultura viva**. Diputació de Barcelona.

Webgrafía

BALAGUER, Roberto (2001): “Ágora electrónica o Times Square”. Una revisión de consideraciones sociales sobre Internet”. **Revista TEXTOS de la Cibersociedad**, 1. **Temática variada**. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en diciembre de 2004.

CAO, Marcelo Luis (2002): “Modelos de comunicación, adolescencia y postmodernidad” Disponible en Internet en: [<http://www.psinet.com.ar/rit/rit03019htm>]. Con acceso en enero de 2003.

DIAGO, Marta (2003): "Creación, espacio y transgresión en Internet" en **Comunicaciones-Grupo 4, Cibercultura, Gestión y Políticas Culturales del 1er. Congreso On LINE del Observatorio para la Cibernsiedad**. Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/congreso>]. Con acceso en diciembre de 2004.

FAINHOLC, Beatriz, 2003, "Contribución de una Tecnología Educativa Crítica para la educación intercultural de la ciudadanía". Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la CiberSociedad en [<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=157>]. Con acceso en enero de 2005.

<http://www.cibergeography.com>. Vistas de una topología de redes elaborada por Martin Dodge. Acceso en mayo de 2004.

<http://www.torreoscura.com>. Juego de rol on-line (multijugadores). Acceso en septiembre de 2004.

MAYANS, Joan (2000): "Anonimato: el tesoro del internauta", en **Iworld, 31-(octubre, 2000)**, pp. 55-59. Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/mayans/tesoro.htm>]. Con acceso en enero de 2005.

MAYANS i PLANELLS, Joan (2001): "Usar / Consumir el Ciberespacio. Entre lo panóptico y lo laberíntico". Fuente original: **Revista RAE - Revista de Antropología Experimental**. Disponible en: [<http://www.jaen.es/huesped/rae>], 1. Disponible también en el ARCHIVO del Observatorio para la Cibernsiedad: [<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=22>]. Con acceso en diciembre de 2004.

MORA CASTAÑEDA, Belvy (2003): "Rituales de simulación y sociabilidad virtual. Una aproximación a los procesos de construcción de emociones en la Red" en **Revista TEXTOS de la Cibernsiedad, 2. Temática variada**. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en enero de 2005.

PALAZZO, Gabriela, (2005): "¿Son corteses los jóvenes en el chat? Estudio de estrategias de interacción en la conversación virtual". En **Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 5. Temática Variada**. Disponible en Internet en: [<http://www.cibersociedad.net>]. Con acceso en marzo de 2005.

RAAD, Ana María (2002): "Cultura e Internet: relaciones al interior de una comunidad virtual". Disponible en Internet: [http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/ana_maria_raad.htm]. Con acceso en enero de 2003.

RHEINGOLD, Howard (2002): "Smart Mobs: the next social revolution". Disponible en Internet en: [<http://www.smartmobs.com>]. Consultado en enero de 2003.

ROCO, Glady (2003): "Relaciones interpersonales en los chats de Internet" en **Comunicaciones -Grupos 7+17 (Corporalidad, Virtualidad, Hibridación y Simulacro-Internet y Vida Cotidiana)**. 1er. Congreso ON LINE del Observatorio para la Cibernsiedad. Disponible en Internet en: [<http://cibersociedad.rediris.es/congreso>]. Con acceso en enero de 2005.

TIRADO, Francisco Javier y GÁLVEZ, Anna (2002): “Comunitats virtuals, ciborgs i xarxes sociotècniques: noves formes per a la interacció social” en **Revista Digital d’Humanitats**. Disponible en: [<http://www.uoc.edu/humfil/articulos/cat/tiradogalvez0302/tiradogalvez0302.htm>]. Con acceso en enero de 2005.

VAYREDA, A.; NÚÑEZ, F.; MIRALLES, L. (2001): “E-cmmunitas”. Documento en línea disponible en Internet en: [http://www.uoc.es/web/cat/articulos/vayreda/ecomunitas_cat.html]. Con acceso en enero de 2005.

Obras literarias

GIBSON, William 1984 (1989): **Neuromante**. Edit. Minotauro. Barcelona.

NABOKOV, Vladimir 1955 (2002): **Lolita**. Edita Proa. Barcelona.

TOLKIEN, J.R.R. 1954 (2002): **El señor de los anillos**. Edita Minotauro. Barcelona.

WILDE, Oscar 1891 (1991): **El retrato de Dorian Grey**. Edita Planeta. Barcelona.

Materiales y documentación no editados (estudio de campo)

Expedient 8/2003. Fulls de Seguiment corresponents als mesos juliol i setembre de 2004. Professional Referent: Jordi Solé (Educador Social). Equip Bàsic d’Atenció Social Primària (EBASP) del Consell Comarcal del Baix Penedès que presta els seus serveis a l’Ajuntament de Santa Oliva.

Expedient 14/2003. Full de Seguiment corresponent a l’abril de 2005. Professional Referent: Jordi Solé (Educador Social). Equip Bàsic d’Atenció Social Primària (EBASP) del Consell Comarcal del Baix Penedès que presta els seus serveis a l’Ajuntament de La Juntcosa del Montmell.

SOLÉ BLANCH, Jordi: Diario de campo (1998-2005):

- Febrero de 2001. **Entrevistas e historias de vida de “Jóvenes-freak”. El caso de A.**
- Septiembre de 2001. **Viaje a Holanda.**
- Mayo de 2002. **Grupos de discusión (Animación Sociocultural).**
- Mayo de 2002. **Exposición en el CCCB. Mitos de la cultura basura.**
- Octubre de 2003. **Típics i tòpics juvenils.**
- Octubre de 2003. **Archivo fotográfico - Estilos juveniles.**
- Junio de 2004. **Conversación con jóvenes de Banyeres del Penedès.**
- Noviembre de 2004. **El caso de O.**
- Diciembre de 2004. **Entrevistas e historias de vida de “Jóvenes-freak”. El caso de Rasmag.**
- Enero de 2005. **Chats de Internet.**

VV.AA. (Unitat Bàsica d'Atenció Social Primària) (2003): **Memòries dels Serveis Socials**. Àrea de Benestar i Polítiques d'Igualtat. Consell Comarcal del Baix Penedès. El Vendrell. (Material no editat).

VV.AA. (Unitat Bàsica d'Atenció Social Primària) (2004): **Memòries dels Serveis Socials**. Àrea de Benestar i Polítiques d'Igualtat. Consell Comarcal del Baix Penedès. El Vendrell. (Material no editat).

Filmografia

BOYLE, D. (1996): **Transpotting**. Gran Bretanya.

BROWNING, Tod (1932): **La parada de los monstruos**. EE.UU.

BURTON, Tim (1994): **Ed Wood**. EE.UU.

KUBRICK, Stanley (1962): **Lolita**. EE.UU.

LATI, Christine (2001): **Educando a J. ¿te atreves?**. EE.UU - Alemanya.

LEWIN, Albert (1945): **El retrato de Dorian Grey**. Reino Unido

LYNE, Adrian (1996): **Lolita**. EE.UU.

MAGUIRE, Sharon (2001): **El diario de Bridget Jones**. Reino Unido.

MILLER, G (1981): **Mad Max II**. Australia.

SEGURA, Santiago (1998): **Torrente, el brazo tonto de la ley**. España.

SMITH, Kevin:

- (1994): **Clerks**. EE.UU.
- (1995): **Mallrats**. EE.UU.
- (1997): **Persiguiendo a Amy**. EE.UU.
- (1999): **Dogma**. EE.UU.
- (2001): **Jay & Bob el silencioso contraatacan**. EE.UU.

WACHOWSKY, Andy y Larry (Hnos.):

- (1999): **Matrix**. EE.UU / Australia.
- (2003): **Matrix Reloaded**. EE.UU / Australia.
- (2003): **Matrix Revolutions**. EE.UU / Australia.