

Ángeles Rubio Gil. Doctora en Sociología y Ciencias Políticas. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

M^a Ángeles San Martín Pascal. Doctora en Ciencias de la Información. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias

Las subculturas juveniles han tenido un papel relevante en el cambio social desde mediados del siglo XX, mientras adolescencia y juventud iban conformándose como grupo social autónomo y etapas vitales de referencia. En este cometido, los ídolos mediáticos han auspiciado la génesis, dotación de estilos y valores específicos de cada subcultura; y en su función totémica, han influido durante generaciones, constituyéndose en iconos culturales. En la primera década del XXI, sin embargo, ídolos y tribus han ido perdiendo gravedad y definición, y con ello la juventud, más allá de la lógica neotribal postmoderna que propugna Maffesoli, se han instalado en actitudes críticas hacia los mismos procesos de postmodernización.

Palabras clave: subculturas juveniles, tribus urbanas, neotribalismo, ídolos mediáticos, grupos de referencia, sociología del rock

1. Introducción: moda juvenil y cambio social

Adolescencia y juventud son etapas del ciclo vital en las que aumenta la necesidad de adscripción, identificación y de sentirse parte del grupo; a menudo con rebeldía, cuestionando las normas del mundo adulto. Su protagonismo social ha ido en aumento desde principios del siglo XX; con la disminución de la descendencia por familia, el incremento de los derechos civiles de los menores y la aparición de un mercado de consumo específico. Pero sobre todo, como apuntan los primeros estudios que dieron lugar al nacimiento de la “juvenología”, debido a la prolongación del tiempo que ocupan estas etapas en la vida de los individuos en la Sociedad del Bienestar. Es decir, lo que en las sociedades tradicionales era una fase prematrimonial (Mead, 1989), es ahora una edad dilatada e indefinida (Castells, 2009): con una incorporación laboral, una escolarización y una especialización demasiado tardías. Todo ello dio lugar en las ciencias sociales en un primer momento a tratar el tema desde la perspectiva de las “nuevas patologías” sociales, o bien, desde la figura de “la banda juvenil”, como en las obras clásicas de Margaret Mead (*Coming of Age in Samoa*, 1928) o Staley G. Hall (*Adolescence*, 1904).

La adolescencia es “descubierta” a finales del siglo XIX y se “democratiza” en la primera del siglo XX; siendo la segunda mitad del mismo el que ha presenciado la aparición de la juventud como sujeto activo: una nueva etapa en la vida, en la que el individuo es actor protagonista de la escena pública (Feixa, 2006: 51). Su irrupción como grupo social fue haciéndose evidente a través de su influencia en las modas, los nuevos estilos musicales y de ocio, así como en la génesis, imagen y valores de los que habrían de ser sus “ídolos mediáticos”. Fenómenos que quedaban empañados en un primer momento, por lo estrepitoso e “irracional” del fenómeno *fans* (aparentemente porque como afirmaba Hegel que “todo lo real es racional”). Si el mundo adulto “contaba con las riendas” del ámbito

laboral, adolescencia y juventud fueron tomando la iniciativa del tiempo libre, aún más importante en la Sociedad de Consumo, y con él de la industria digital y cultural, de lo lúdico y la noche.

Es en este contexto del estudio de la juventud desde la idea de generación, o bien, desde las bandas, en donde se inserta el de las subculturas juveniles fuertemente asociadas con los nuevos estilos estéticos y musicales. Son los trabajos de Stanley Hall y Tony Jefferson (*Resistance thorough rituals*, 1975) Paul Willis (*Learning to labor*, 1977) y Dick Hebdige (*Subculture*, 1979) desde la perspectiva anglosajona, y desde la francesa los de Pierre Bourdieu (*La Distinción*, 1988), Michel Maffesoli (*El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masas*, 1990), y más recientemente, los trabajos de Sarah Thornton (*Club Cultures*, 1996), Steven Miles (*Youth lifestyles in a changing World*, 2000), Rossana Reguillo (2000) y asimismo, los nuevos trabajos de Maffesoli: *La transformación de lo político. La tribalización del mundo postmoderno* (2005) o *Iconologías: nuevas idolatrías postmodernas* (2009).

Subculturas y tribus, inmersas en su culto a la imagen, la estética y lo mediático, proveyeron de cobijo a la juventud, ante la crisis generacional y “la intemperie que ofrece la vida urbana y el proceso de despersonalización en las grandes ciudades, hasta extenderse de forma internacional y entre varias generaciones. De este modo la “cuestión juvenil”, “emerge en occidente como una metáfora del cambio social” (Feixa, 2002: 8): en lo académico, diversos pensadores teorizan sobre el concepto de “generación”, como José Ortega y Gasset, Karl Mannheim o Walter Benjamin en Europa; o en Estados Unidos los estudios clásicos sobre la nueva juventud de Talcott Parsons (1962) y Erik Erikson (1968). En la sociedad tres detonantes aportarían el resto: la generalización de un mercado juvenil internacional con el *rock and roll*, la primera revolución político-cultural protagonizada por la juventud del Mayo Francés y la contracultura de los movimientos Beatnik y Hippie en los EE.UU.

En resumen, subculturas e ídolos mediáticos no solamente cubrían dichas necesidades juveniles de identificación, reafirmación y apropiación de nuevos estilos de vida, sino que además, fueron facilitando patrones y pautas concretas de comportamiento y participación de la juventud en el cambio social. Porque, siguiendo a Maffesoli (2009), los mitos son la cristalización de sueños colectivos, que consiguen que una sociedad sea lo que es; y para ello, debe saberse primeramente detectarlos y, luego, interpretarlos. Lo que sólo puede hacerse mostrando lo que los precede: porque cada época debe saber elaborar el atlas de su imaginario para establecer sus referencias e identificar el “rey secreto” que, más allá de los poderes aparentes, la rige en profundidad. (Maffesoli, 2009).

2. Subculturas, contraculturas y tribus urbanas. Conceptos y formas

El vestido es la expresión de la sociedad –decía Honoré Balzac–, y los cambios de tendencia en Francia, equivalen a contar las principales revoluciones (Tratado de la vida elegante, 1830). Máxime cuando la moda va adquiriendo mayor protagonismo, “como proceso continuo de transformación de lo no significativo en significativo” (Yuri Lotman, 1999: 113). Es la hegemonía de lo simbólico, frente al valor de uso de los productos o el mérito en los artistas.

Es decir, ídolos y subculturas se encuentran fuertemente enraizados a la individualización que se produce en la sociedad postindustrial, en donde las identidades “a la carta”, sustituyen la estandarización en el terreno de la producción y también de la cultura y los estilos de vida como vehículos de identificación más potente. Por su naturaleza lúdica y libre (profundamente juvenil), no adscrita por nacimiento, ni méritos, serán piezas, en la revitalización del cuidado del yo y la preocupación moral y estética por la realización personal” (Lipovetski, 1987 en “el Imperio de lo efímero”). Un hecho que permite a cada quien lucir conforme a su propia identidad, al tiempo que entronca y relaciona a la juventud con los cambios más importantes de la humanidad, constituyéndose, como afirma Braudillard (1977: 132), en el juego más superficial y más profundo.

La llegada e imposición de cada moda pasa a ser una función juvenil en la medida que dicha etapa va tomando mayor protagonismo (juvenilización de la sociedad en términos de Aranguren -1961-), pasando a normalizarse la moda como elemento de trasgresión e introductor de vanguardias. Cada vez de forma más limitada, programada, ya no como disidencia, sino como forma de expresarse una generación, su antagonismo hacia el estilo de la antecesora; llegando a vivir -en palabras de Benjamin (1892)-: la moda de la anterior como un antiafrodisiaco”. Aunque no la moda de generaciones pasadas, que a través del “revival”, vuelven a adecuarse al mensaje y el sentir que una nueva generación quiere expresar.

Es con todo ello que, iconos mediáticos y moda, como ocurre con el arte para Benjamin, están constantemente anticipándose al futuro. El autor, que tanto escribió sobre el tiempo, fue capaz de entrever en el terreno de la moda, sus «extraordinarias anticipaciones», como eterno retorno de lo nuevo y señal secreta de las cosas futuras. “Quien aprendiere a leerlas -añade-, no sólo podría conocer anticipadamente algo de las nuevas corrientes artísticas, sino también de los nuevos códigos, de las guerras, de las revoluciones” (1982). Es la profecía que podría entenderse con Max Weber, surte lo cultural sobre lo político y lo económico.

El término cultura es polisémico y puede hacer alusión a diferentes hechos, como un proceso, el patrimonio, los conocimientos, etc. Se trata de una categoría central de las ciencias sociales, ineludible para interpretar los significados de realidades concretas, en las colectividades, los grupos o las organizaciones. La cultura como totalidad que engloba y define la vida en sociedad o parte específica de un sistema social es un concepto que parte de los padres de la antropología (Tylor, Malinowski, 1970), considerándola objeto de dicha disciplina, por incluir el resultado global de las creaciones de humanas; desde el lenguaje, hasta las herramientas y los símbolos; concretamente, artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados.

Para la sociología, sin embargo, el término tiene una dimensión más concreta, refiriéndose específicamente a la esfera simbólica (de los significados), que impregna el resto de la vida humana. Es decir, que engloba manifestaciones intelectuales y artísticas, identifican y caracterizan a los individuos y grupos que comparten unos mismos hábitos culturales. Desde este punto de vista, se trata de “un capital cultural” que refleja distinción, asigna *status* (Bourdieu, 1988) y expresa identidades mediante modelos de apariencia, consumo y actividades de ocio compartidas que conducen a un estilo de vida (Bellah, 1989). Se considera cultura por tanto, un sistema simbólico como representación de ideas, actitudes, juicios,

anhelos y creencias; en donde los símbolos son a su vez abstracciones de la experiencia fijadas en normas perceptibles y representaciones concretas de todo ese conjunto de aspectos (Izquieta, 200: 160).

Por otra parte, la cultura puede ser analizada desde perspectivas contrapuestas: sobre su continuidad frente a su dinamismo, la autonomía frente a su dependencia, y desde contenidos y ámbitos específicos. Perspectivas todas ellas que deben ser tenidas en cuenta en los estudios concretos de las subculturas juveniles. Puede asimismo, ser interpretada desde su unidad (cultura juvenil), de forma antagónica a la diversidad cultural o fragmentación que diferencia cada subcultura de la dominante de la que forman parte (subculturas juveniles). Es decir, subcultura es un término partitivo, no peyorativo, y cada subcultura implica una pertenencia a otra cultura global, pero que como microsistema complejo puede ser estudiada cada una, a través de sí misma.

Cuando una subcultura se enfrenta radicalmente a la sociedad a la que pertenece se conoce como contracultura (Yinger; Roszak). Una de sus principales características es que, en ella “el mito es tan importante como los hechos históricos, y quizás más significativo. Vanguardias por naturaleza, la mayor parte de las contraculturas incorporan lo imaginario y lo ideal, tanto como lo real” (Goffman, 2004: 29). El concepto fue acuñado por el historiador norteamericano Theodore Roszak, en su libro de 1968, *El nacimiento de una contracultura*. El término subcultura es algo anterior, y parte del sociólogo David Riesman en 1950, que distinguía entre mayoría, que pasivamente aceptaba estilos y significados provistos comercialmente, y una “subcultura” que busca activamente un estilo minoritario (como era el Hot Jazz en aquella época) y que interpretaba de acuerdo a valores subversivos.

Las subculturas cuando se expresan en un territorio específico dan lugar a la tribu urbana, que se constituye en unidad étnica con una homogeneidad cultural, lingüística, de valores, residencia y en su sentimiento de pertenencia. Haciéndose esencial para sus miembros los símbolos comunes, ciertas tradiciones y ritos. Es decir, de forma comparable a las tribus primitivas, y que conocen su mayor desarrollo entre la juventud urbana de la sociedad de consumo seculariza al amparo de la necesidades humanas básicas de seguridad, pertenencia, reconocimiento (en la línea de la teoría de la motivación humana de Abraham Maslow de 1943) y nuevos referentes válidos, que ya no brinda de forma unívoca la tradición, ni la comunidad.

En ellas los ídolos mediáticos han actuado como grupos de referencia ineludibles, influyendo poderosamente desde el seno de cada subcultura en la conformación de nuevos estilos y creencias alternativas a las del grupo adulto, a través de los nuevos géneros musicales. Se comparte una jerga interna, un tipo de lenguaje verbal, escrito (en *graffitis*, redes, etc.) y no verbal (postural y gestual).

Es el caso de la colocación de las manos como forma de expresión tribal, y que parte de adopciones realizadas por los ídolos mediáticos de cada subcultura, con movimientos típicos para seguir el ritmo, o para saludar. Característicos son la forma de andar, mover la cabeza y las manos de los raperos, con lenguajes comunes, pero también específicos de cada ídolo mediático (tipo Eminem, Tonedeff, etc.), moviendo las manos según la métrica del rapeo y la cabeza al ritmo del *beat* de la música, muy útiles en un estilo difícil de bailar, y todo dentro de la lógica del mensaje y una actitud propia frente a la sociedad y la vida.

Gestos de las manos que también acompañan el baile de otras subculturas como la Heavy Metal: en forma de cuernos, y que parte del vocalista Ronnie James Dio de grupos ya clásicos, como Elf, Rainbow, Black Sabbath, Dio y Heaven & Hell; y que simbolizaba una forma italiana de espantar el “mal de ojo”. Otro más conocido es el antiguo saludo Hippie en donde se mostraba una especie de “V” con el índice y el dedo medio, con el significado “paz y amor” y que posteriormente se asumió como “V” de victoria.

Las tribus comparten y quedan delimitadas por un territorio (Agostinelli, 2008) que les dota de rasgos étnicos, en donde mantienen espacios de identificación y reunión, y que son a su vez, expresión de su relación con otras tribus: de “acercamiento” en las visitas barriales, o lo contrario, cuando se producen “barridas”, como parte de sistemas de medición, persecución y “limpieza” de otras tribus enemigas. Una territorialidad que se extiende a nuevas formas de conceptualización de la etnicidad, y que lleva a que una misma subcultura asuma en cada tribu un tipo de ídolos (bien autóctonos o globales), con matices locales o nacionalistas, y que se asocien o no con banderas y clubes deportivos concretos, en estrecha relación con el fenómeno *hooligan* (de violencia en fútbol y que surgió en UK en el siglo XVIII).

3. El papel de los ídolos mediáticos en los valores de las subculturas juveniles

Cada subcultura comparte una ideología, como forma de entender la sociedad y sus conflictos, dando base a su existencia y como filosofía de vida: una posición frente a la diferencia sexual, económica o étnica, qué se piensa de las autoridades, qué valor le dan a la salud, la participación sociopolítica, la violencia, las relaciones sexuales, etc. Sobre todo a partir de finales de los años cincuenta, la música, y más concretamente el *rock and roll* en sus distintos subgéneros e ídolos, pasan a ser un fenómeno de masas que refuerza dichas “filosofías” de tribu, e influyen poderosamente en la opinión pública juvenil.

Los músicos pasan de ser artistas a constituirse, en muchos casos, en iconos culturales con ayuda de la aplicación paulatina de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías a la creación y difusión musical. De ahí que fuera Elvis Presley el primer ídolo musical que convirtiese el *rock and roll* -Rockabilly- en un fenómeno multitudinario, el que protagonizase en 1973 el primer concierto teletransmitido a nivel mundial vía satélite visto por más de mil millones de personas (*Aloha from Hawaii*). Un impacto sin duda producto del ídolo como también de la música, el Rockabilly, un estilo de tempo rápido e impulsado por un constante ritmo que consiste en una fusión del country y el R&B. Una ruptura radical con el baile, la música y las formas (actitud y atuendo) de generaciones anteriores: interpretaciones llenas de energía, canciones afroamericanas, con un estilo desinhibido, que lo hicieron muy popular y controvertido.

Elvis Presley, padre del fenómeno *fans*, era capaz de interpretar con éxito múltiples géneros como el country, el pop, las baladas, *gospel* y *blues*, dando lugar a la fusión e innovación de estilos, que auspiciaban un nuevo papel a la música como expresión emancipatoria de la juventud como sujeto colectivo. El Rockabilly (contracción de las palabras *rock* y *hillbilly* referente éste a una variedad ruda de *country* de los 40 conocida como *hillbilly music*) decae en los años sesenta, pero vuelve a disfrutar un revival

de popularidad a través de una subcultura juvenil propia y nuevos ídolos musicales en los años setenta y ochenta (con referentes como Loquillo o los Rebeldes en España). Todo ello debido a una actitud que enrudecía a los adolescentes con una combinación de rebelión, sexualidad y libertad desafiante, con sus tupés, cazadoras de cuero, y faldas de vuelo muy ajustadas y zapatos de tacón fino las chicas.

Fue éste el primer estilo del R&R cultivado por músicos blancos, por lo que su contribución fue una revolución cultural de hondo calado. Siguiendo a Simon Frith uno de los sociólogos de *rock* más reconocidos en su obra *Sounds effects* (1981), se trataba de una actitud crítica e inconformista hacia el orden establecido, que a partir de los años sesenta entrañó un proceso evolutivo parejo al de institucionalización de “la juventud”. Se impone el término de joven (*youth*), frente al de adolescente (*teenager*), que se había manejado con el fenómeno *fans* de los años cincuenta; más ligado a los jóvenes de clase obrera, principales consumidores de *rock’n’roll*. Es decir, se supera las connotaciones peyorativas asociadas a la idea de jóvenes descarriados, emotivos, salvajes y peligrosos para la sociedad, tal y como muestran películas emblemáticas, por ejemplo “rebelde sin causa”. Ésta fue protagonizada por otro de los primeros ídolos mediáticos juveniles Jeans Dean, que se sumaría al nuevo elenco de estrellas de vida atormentada y muerte temprana (se les recordará siempre jóvenes), idóneos para arraigar una idea romántica, casi legendaria de la identidad juvenil como mezcla de autenticidad, victimismo e incompreensión, pero pasivos ante un mundo que no pueden cambiar.

Los Rocker, de atuendo similar, toman relevancia en el Reino Unido durante finales de los cincuenta y primera mitad de los sesenta (segunda mitad de los setenta en España), en torno al motociclismo y el *rock and roll*. Su origen fue directamente los Teddy Boys ingleses, una de las primeras subculturas juveniles que vestía a inspiración de los dandis de la época eduardiana. Y que si bien fueron ambas de extracción trabajadora, la Rocker empleó pantalones y cazadora de cuero a imitación de Marlon Brando y sus poses viriles en la película “Salvaje”, pero manteniendo su adhesión al R&R.

Algo parecido a un “renacimiento” es el que se produce con el término Hipster, subcultura original de los años 40, y que designaba las personas “que iban de entendidas” de jazz y otras músicas negras, que fue utilizado por Jack Kerouac para describir la generación Beat de los 50. El término vuelve a utilizarse de nuevo en la década de los noventa y años dos mil, para describir jóvenes urbanos de clase media y alta (“modernos”); con intereses alejados de las corrientes mayoritarias de la moda y la cultura, como la música alternativa o el cine independiente. Se dice que son los únicos incapaces de reconocer que pertenecen a su tribu, y son caricaturizados por intentar llevar una vida bohemia e “intelectual” (gafas de pasta, ropa usada, cortes de pelo *mop-top*), actualizando sus conocimientos culturales continuamente; algo loable, si no fuera porque, al parecer, hacen un uso superficial e hipócrita de los ídolos de la contracultura.

El enfrentamiento de clanes es algo inherente a las tribus y los Rockers fueron muy conocidos por sus reyertas con los Mods y las marcadas diferencias entre ambos, que iban desde sus relaciones personales de corte más sexista, tradicionalista, endogámico, individualista y rebelde; frente a actitud optimista y estética de la vida y la sociedad de los segundos, moderadamente progresistas, para los que es muy importante la amistad.

Su nombre viene del término “modernism”, y en palabras de Peter Meaden (manager de Los Who y prominente figura de éste movimiento) “es un aforismo para vida limpia en circunstancia difíciles”. Valores fraternales imperecederos que acompañaban de las primeras tribus juveniles, y que son arrojados por un acantilado junto a su moto, en el mítico final de la película *Quadrophenia* (1979) por Jimmy (el actor Phil Daniel), anticipando el consabido desencanto tribal, y anticipando el que traerían subculturas posteriores como la Punk, y la propia postmodernidad.

Desencanto e tánatos (instinto de muerte) no ajeno al final de tantos ídolos que, junto a Elvis y Dean, fallecerían en circunstancias oscuras, y que terminarían constituyéndose en una suerte de panteón cultural, de mártires que mueren jóvenes (a los 27 años) después de haber impactado profundamente en su generación y posteriores, desde sus distintas subculturas: Janis Joplin, primera mujer en ser considerada estrella del *rock*, y al igual que Jimi Hendrix, icono cultural de la subcultura *hippie* de los sesenta; Kurt Cobain, alma del grupo Nirvana, portavoz del *grunge* y la rebelde “Generación X”, Jim Morrison cantante de los Doors, etc. “Sacrificios” que, en la línea de los mitos religiosos, han supuesto la supervivencia de los ídolos, ya que “las tribus se renuevan entorno a un Tótem” (Maffesoni, 2009: 187) y “los diferentes mitos tribales están constituidos, ante todo, a base de emociones, de fusión, de efusiones y de gregarismo” (2009: 192). Ellos son los que están (re) actualizando la pasión comunitaria, y prueba palmaria de ello es que The Doors sigue vendiendo en torno a un millón de discos anuales desde la muerte de Morrison (1971).

En cualquier caso, las subculturas de las décadas de los sesenta (la prodigiosa) y los setenta enfatizarían una actitud más crítica que la década de los cincuenta, verbalizando y vindicando el malestar por asuntos muy dispares, desde la misma mercantilización de la música y falta de autenticidad de la producción cultural, hasta las decisiones gubernamentales, como en el caso de la guerra de Vietnam. Una tradición que ha conseguido que los antiguos ídolos musicales vuelvan a tomar protagonismo en las convulsiones políticas de todos los países de décadas sucesivas (desde la desaparición de las dictaduras latinoamericanas o la caída del muro de Berlín hasta las revueltas en el mundo árabe de 2011), convirtiéndose en himnos de libertad internacionales, sin bandera: John Lenon con la canción *Imagine*, Joan Baez y *No nos moverán*, Patty Smith y *People have the Power*, y, más recientemente, *Killing in the name of y Wake Up* (1992), de Rage Against The Machine (Ira contra la máquina).

De 1967 a 1977 se desarrollaría la década más prolífica, dando lugar a un gran número de subculturas y a la aparición de ídolos sin precedentes, de forma paralela al crecimiento de la población juvenil más extensa de la historia. Son las y los “babybomers”, influidos por la anterior generación *beatnik*, que acaparan la atención de una nueva industria cultural juvenil a través de los medios de masas (revistas propias, radio, televisión, cine), critican la manipulación de éstos y reivindican “autenticidad”. Un concepto que proviene del romanticismo y que en palabras del sociólogo de la música Keightley, quiere decir “expresiones sinceras de sentimientos genuinos, una creatividad original o una noción orgánica de la comunidad” (2006: 181); y que, en opinión de Simon Frith (1981) fue asimilado por el folk y la “canción protesta”, con ídolos internacionales como Bob Dylan, Neil Young, Joan Baez en Norteamérica, asociados al pacifismo y la lucha por los derechos civiles de la mujer y las minorías raciales.

Siguiendo en el Continente, los *Mods*, en efervescencia en los años sesenta en Inglaterra llegarían hasta los ochenta, con su pelo corto al estilo tazón, complementos *old styling* y trajes de corte barato, de acuerdo con su extracción de clase media. Su vehículo habitual era la Scooter (Lambretta o Vespa con o sin sidecar) al igual que sus ídolos, como el vocalista The Who Roger Daltrey o el citado Phil Daniel -Jimmy-, y que era más barata que los automóviles. Una prolongada asociación entre subculturas juveniles y medios de locomoción como expresión ideológica. Es la adoración de las motos de gran cilindrada, sobre todo Harley-Davidson de los rockeros, o los Cadillacs de Rockabillys y Rockers, como el actor John Travolta en la película *Saturday Night Fever*, basada en un artículo publicado en *New Work Magazine* titulado "Ritos tribales del nuevo sábado en la noche". La furgoneta Volkswagen modelo Bully fue el símbolo del movimiento hippie, lo que en nuestros días es la bicicleta para jóvenes *Grunges*, *Neohippies* o Alternativos, o los coches baratos pero ostentosos a fuerza de tuneado (*tunning*), de ciertas tribus de "Raperos" y "Makineros".

Los ochenta fueron una década de resurgimiento de subculturas antes que de aparición, como el Punk, que siguiendo a Dick Hebdige (*Subculturas*, 2004: 41), aflora en "un verano sin precedentes" -el de 1976-, por lo caluroso y seco, en un Londres extenuado de huelgas, paro y conflictos (como los fuertes disturbios en el carnaval de Notting Hill). Producto de la prensa musical, combinaba elementos de todas las principales subculturas de postguerra, salidos de toda una serie heterogénea de estilos musicales y sus ídolos mediáticos: el *Glam Rock* con David Bowie al frente (y que según este autor aportó narcisismo, nihilismo y la confusión de géneros); el *Proto-punk* americano (Ramones, Heartbreakers, Iggy Pop), el minimalismo estético, el culto a la calle, solipsismo y tendencia a la auto-aceración.

El estilo *punk-rock* por tanto, nacía como un *collage* a inspiración de otras subculturas como del Mod las lolitas, del Rhythm'n Blues del sur de Londres (de Dr. Feelgood, Lew Lewis, etc.) su fuerte iconoclasia y del Reagge su penuria indolente. Es decir, normas quebrantadas, sensacionalismo y una estética que mezcla ropas de clase media de posguerra, rapados a lo Mod y botas tipo Skinhead. Todo ello condimentado con imperdibles, *piercings* y correas, como expresión de la alienación más profunda, que dieron lugar a sus declaraciones vacías, neurosis, pasividad y negativa al posicionamiento, que de forma paradigmática encarnó el grupo Sex Pistols.

Sus conciertos caóticos y sus letras irreverentes frente al conformismo y la monarquía ("God Save de Queen") expresaban el malestar de los jóvenes de las clases bajas británicas en aquel verano apocalíptico. Iconos que consiguieron extender su nihilismo a la juventud que desde todas las partes del mundo se han adherido a dicha subcultura desde entonces. El bajista Sib Vicios (Simon John Ritchie), con una vida muy turbia, sin poder superar su origen de marginación fascinado por la fama, consigue alzarse como exponente máximo de la negación del futuro y la transgresión tras su muerte (aún más sombría) a los 22 años.

Pero si el *Punk* y las subculturas negras británicas vinculadas al *reggae* "se comunicaron en un nivel estructural profundo", tanto como desde su marginalidad e indolencia, *Reggae* y *Rock* son subculturas diametralmente opuestas. El primero basado en la experiencia de los negros de Jamaica y las bandas británicas (Cimarons, Steel Pulse, Matumbi), expresada por ritmos lentos y taciturnos. Sus letras basadas en contenidos bíblicos,

tradiciones africanas y tambores, resultaron doblemente subversivos. La subcultura correspondiente, la Rastafari, con una base de liberación y celebración de la negritud sobre fundamentos bíblicos de regreso a África, “hace de la pobreza y del exilio “signos de grandeza” y símbolos de su autoestima (Dick Hebdige, 2004: 54). Mitología, música y valores acogidos como señas identitarias de sectores importantes de la juventud desde entonces, a través de su máximo representante, Bob Marley (1945-1981), junto a The Wailers, autor del disco más vendido en la historia (*Legend*) en todo el mundo a título póstumo.

Una señas particulares de identidad étnica, en las trenzas de nudos (rastas), el camuflaje caqui y la marihuana, que han regresado a través de nuevas subculturas juveniles (como el *Grunge* de los noventa, *Neohippies*, “Nuevos Piesnegros” y Alternativos de los 2000); ahora como símbolo del anticonsumo, la alienación juvenil y una crítica implícita a los problemas de raza y diferencia social; ya no tanto para el conjunto de la sociedad, como para la juventud como grupo con expectativas decrecientes. El *Grunge* por otra parte, a través del rock alternativo ha sido la última subcultura con un ídolo claro; el líder del grupo Nirvana, el cantante y compositor Kurt Cobain, que se suicida en 1994. Éste grupo se erige en máxima representación de la “Generación X” desde Seattle, con su canción a modo de modo de himno, “Smells like teen spirit”.

4. Subculturas, neotribalismo y nuevas formas de sociabilidad

Michael Maffesoli, el primer sociólogo que adoptase académicamente el término “tribu urbana” (1989), ha destacado que el neotribalismo está muy anclado en los procesos de postmodernización, en tanto erosionan conceptos como el de universalidad, incrementan el gregarismo efímero; y lo emocional y estético sustituye la racionalidad. Cada tribu tiene el atractivo para la juventud de ser un “componente cálido”, frente al excesivo individualismo de las sociedades de masas. En ellas sus miembros pueden apoyarse, autoafirmarse y encontrar un lugar, mayor arraigo y sentido a su existencia; así como, confianza y pautas más claras de conducta. Ésas que las instituciones tradicionales ya no pueden dispensar de forma nítida (con modelos diversos de familia, escuelas, iglesias, etc.). A través de las tribus la juventud busca salir del “encapsulado” (el aislamiento físico y moral), tanto como del déficit emocional que le deparan las grandes ciudades y sus conflictos de distinta índole (familiar, amoroso y laboral).

En este nuevo entorno, más que elecciones resultado de la posición que se ocupa en la estructura social como afirmaba Bourdieu (1988) de las tribus en el pasado, la adhesión a una u otra subcultura a través de los gustos musicales y sus ídolos, se trata de estrategias de participación social; ayudados de las redes sociales, las “quedadas” y el ocio compartido desde una posición frente al mundo. De este modo, la “inserción virtual” y a escala planetaria, ha dado lugar a la mayor cohesión de la subcultura de antiguas tribus (Okupas, Skinners, etc.) y a la conformación de las recientes, que ejercen su potencial de convocatoria como motor transformador, en uno u otro sentido. Con una estructura descentralizada y antijerárquica; suelen abogar por la mayor politización de la vida cotidiana, en la línea de realización del principio del 68 de lo privado es político: cómo se comparte, qué se compra, qué se recicla, etc., incluyendo las propias actividades

cibernéticas, con enfoques de “alta tecnología y bajo nivel de vida” (Cyberpunk), por ejemplo, o agrupaciones exclusivamente virtuales que hacen expresa voluntad del hecho de no tener líderes (Anonymous).

En tales condiciones, frente a la amenaza del sentimiento de insignificancia personal que las instituciones y la Red no disipa, subculturas y tribus constituyen la fuerza para la formación de grupos que responden a la necesidad de seguridad ontológica. Una maraña de significados que se esconden detrás de éstas y sus estilos de vida, y que permiten pensar en la emergencia de nuevas formas de etnicidad (Delgado, 2002) y organización.

a) Principio de comunidad emocional

Subculturas y tribus urbanas deparan emociones fuertes, aunque efímeras; sujetas a un carácter “agregativo”. Es el predominio de la lógica del “eros” en la postmodernidad, sobre la del “logos” de lo moderno; que explicaría la hipersexualidad de los ídolos populares recientes, como Amy Winehouse, Beyoncé, Rihanna, Shakira, Ricki Martin, etc., que dotan de un fuerte erotismo los *videoclips* como modo único de trasgresión (tal como lo hace Lady Gaga a imitación de Madonna). Un hecho que en caso de algunos raperos llega al sexismo y la jactancia de violencia sexual, y en el de los ídolos adolescentes a una juventud extrema (Justin Bieber 17, Cody Simpson, Rebecca Black 14, Austin Mahone, Faryl Smith Cody Simpson).

Erótica y emoción que permeabiliza a través de vídeos y fotos en la red de nuevas tribus como los *Flogguers* (que se relacionan “subiendo” autorretratos a redes sociales como *fotoLog*, estableciendo contactos de tipo viral a partir de su imagen), o los *Emos* (amantes del *Emotive Hardcore*); y antiguas, como la Gótica, que surge en UK desde finales de los setenta a los ochenta, derivada del *Post-punk*, y que se mantienen a través de las redes sociales con una comunicación de imágenes personales de alta sensualidad retro.

b) Principio de sociabilidad dispersa

Se trata de una forma de relación, en la que antes que la ideología, la racionalidad o el contenido que aglutina, se antepone el ambiente del momento, la atmósfera y el “*feeling*”. De ahí la gran mezcla de tribus de tendencias dispares y sin vocación de continuidad en los mismos centros de ocio, al calor de fenómenos multitudinarios y a modo de catarsis neotribal. Por ejemplo en las Rave, que se convocan de forma secreta por Internet en lugares ocupados, y en las que se escucha muchos tipos de música –Drum and Bass y Dubstep, Maquina y Rap–, y en donde lo importante ya no son los artistas, sino las mezclas (que recrean un ambiente) y los disyosqueis (DJs): *Temptation Project, Rave Factory, Solstice DJ Mix, By 3Phazegenerator, DJ Moocha, Acid Revolution, Breaks Pirates, etc.* Son asimismo los pinchadiscos, nuevos referentes de la producción cultural, maestros de ceremonias en los fines de semana “apoteósicos” de las macrodiscotecas de Techno, en los clubs de House, como también de Rock y Heavy Metal, los que ahora disputan el protagonismo a los múltiples grupos en los macrofestivales, en los que se convive varios días.

Mezcla y ausencia de adscripción como característica primera en los iconos más recientes, como Amy Winehouse, cultivando el *Soul*, el *Jazz*, el *R&B*,

R&R y el *Ska*, y aglutinando las preferencias de sectores dispares de la sociedad en su camino hacia la autodestrucción. O tal vez precisamente por ese verse reflejados en la cadencia romántica de la desvinculación y lo agónico.

Pasión por el mestizaje, que ha promovido sobre todo un género hegemónico en la primera década del siglo, como es el *Rap* desde la subcultura *Hip-Hop*, como Unión de los elementos DJ (disjockey), MC (maestro de ceremonias), *Breakdance* y *Graffiti*. Uno de los primeros disyos que utilizó esta forma de mezclar típica del *Dub* fue en Nueva York el jamaicano DJ Kool Herc, en los años setenta. Como a la audiencia de esta ciudad no le gustaba especialmente ni el *Dub* ni el *Reggae*, Herc pasó a pinchar discos de *Funk*, *Soul* y *Disco*, utilizando la mesa de mezclas para extenderlo y dos discos. Estas técnicas ofrecieron base musical para “rapear” y popularizó los “remixes” de otros músicos (remezclas) como nuevo género.

El rapero es la persona seguidora de los distintos géneros de la música *Hip Hop*, como el *Gangsta Rap*, *Hardcore Rap West Coast rap*, *Southern rap*, *Chicano rap*, *Crunk*, *Merengue hip hop*, *Miami Bass*, etc. A su vez, las nuevas tribus urbanas zona, mezclan el *Rap* con otros estilos musicales: por ejemplo los *Pokers: Rap, Bakalao*, “Gitaneo”, etc.; los *Redskin: Rap, Rockabilly, Ska*.

Mezcla de estilos y collage de símbolos, también entre los seguidores del *Ska-punk*, que parte de la combinación de ambos géneros a principio de los ochenta con grupos legendarios como The Clash, y que en el siglo XXI se realiza en la mezcla superlativa de géneros e indumentarias, con grupos como Marea (*Ska-Punk-Rock*), Kortatu, o Manu Chao (*Ska-Punk-latino*). Así entre el nuevo “Piesnegrismo” puede escucharse: *Ska-Punk*, música *Reggae* evolucionada, *Rap* Alternativo, etc. Todo ello en la más estricta lógica posmoderna, en donde las contradicciones de forma no resultan incompatibles, en aras de cada estética que ilustra una actitud vital. En ocasiones, incluso, entrando en contradicción con principios ideológicos básicos: como los motivos católicos en el neopaganismo Gótico, o en el ateísmo makinero; las marcas y el abuso de cadenas y anillos de oro junto al *Rap* crítico, o la violencia *Ska-punk* en el pacifismo Piesnegrista.

Esta última ha sido la subcultura más activa en las movilizaciones de 2011; herederos de los funambulistas del movimiento *hippie*, reivindican un estilo de vida a espaldas a los mercados y el hogar, a través de una indumentaria callejera: rastas elaboradas, mochila, ropa muy usada con motivos tanto *hippies* como *punk* y una actitud mezcla de la indolencia de los primeros y la dureza de los segundos. Su estética y oposición al sistema les ha deparado muchos detractores, como en los orígenes de otras subculturas, denominándoles “perroflautas”, en alusión a estos signos concretos del vagabundeo.

c) Energía Subterránea

En definitiva, las formas tribales serían la manifestación de una “energía subterránea” que no puede canalizarse de otro modo, y se expresa a través de las nuevas idolatrías que son múltiples, y de forma convulsa, en actos puntuales de los que no quedan lazos estables: conciertos musicales, encuentros deportivos (sobre todo las subculturas *Boneskins*, *Sharp*, *Redskins* con el fútbol o *Rockers* con el automovilismo) y concentraciones políticas. Un frente excesivamente fragmentado, que no

posibilita la acción colectiva organizada a la antigua usanza, pero sí manifestaciones multitudinarias esporádicas, convocadas en un breve espacio de tiempo.

Una energía asimismo puesta de manifiesto por medio de prácticas de expresión alternativas como *graffitis*, decoración de lugares públicos o de los bailes peculiares de cada tribu: el *Headbanging* -cabeceo metal-, el *Breakdance* en el *Hip-Hop*, el *Makineo*, o el *Pogo* en el *Punk-Harcore*, que recuerdan primitivas prácticas para el trance tribal, a modo de respuesta vitalista. Son formas de expresión que inician en cada caso los ídolos juveniles de las distintas épocas (como el líder del Heavy Metal Led Zepeling inventó el *headbanging*), en tanto han sido capaces de asumir en sí la expresión de una agitación que late visceralmente en el inconsciente colectivo. A la postre formas líquidas, fluidas en términos de Bauman (*Tiempos Líquidos*, 2007) y desarticuladas de sociabilidad.

d) Fiscalidad de la experiencia

Cuanto mayor es el cosmopolitismo de una urbe, mayores son las necesidades de arraigo y cercanía física que ofrecen las subculturas y el apego a sus ídolos. De ahí se desprende la gran importancia que adoptan los actos comunitarios, como los conciertos o los partidos de fútbol (tantos de ellos “históricos”), también concentraciones y “quedadas”, todos ellos bajo el signo de lo inmediato, lo lúdico, primitivo y ritual (como las *raves* o las asambleas con sus códigos compartidos en las que todos los participantes son un uno irrepetible).

Dichas convocatorias, posibles gracias a la Red, son eventos relacionados con diversas aficiones juveniles, propias del proceso de identificación con estilos de consumo del tiempo libre, en la lógica de la individualización postmoderna (fanáticos del dibujo manga -Cosplayers-, concentración de *fans*, campeonatos de distintos deportes -Surferos-, moteros o amantes del *Tunning*, etc.). Como también de participación sociopolítica activa: Marchas por la paz, jóvenes cristianos, Okupas, Movimiento Alterglobalización o Altermundista, defensa informativa -Anonymous-, Juventud sin Futuro, Asociación por la Tasación de las Transacciones Financieras y por la Ayuda a los Ciudadanos -ATTAC-, Plataforma de Afectados por la Hipoteca -PAH-, DRY (Democracia Real Ya). La mayor parte de ellas partícipes en lo que se dio en llamar la *Spanish Revolution* o el Mayo Español. Más de 500 grupos que auspiciaron el movimiento, junto a otras surgidas *ad hoc* a través de las Redes sociales Twitter y Facebook, como Tomalaplaza, Movimiento 15M o *Spanish Revolution* (nombre que hace referencia a los *hashtags* de la red social Twitter).

En términos de Wuthnow (1996), una participación política más ligada a la expresión de la identidad grupal que a la razón universalista de una institución social “juridificada”. Una dinámica de “autorreferencia” dispersa en la que la juventud, pionera en el uso y difusión de las redes, ha sido conductora (*driver*); y que se encuentra modificando no sólo las relaciones entre electores, partidos y administraciones, sino los propios movimientos sociales y las formas de participación e intervención política. Y dado que la participación es una cuestión íntimamente ligada a la percepción de la ciudadanía en dichos términos, como afirman Dowse y Hughes (1986: 394), su carencia puede ser medida, no únicamente por la abstención electoral, sino en asociación con la anomia que inhibe la implicación en un conjunto

amplio de actividades políticas, en las que, por otra parte, la juventud actual muestra ser muy activa.

5. Nuevos medios, nuevas tribus, distintos grupos de referencia

Según Merton y Kitt (1950), quienes dieron a la expresión “grupos de referencia” la relevancia que tiene hoy en día para las ciencias sociales, se trata éste de un término que apunta a sistematizar los determinantes y las consecuencias de los procesos de evaluación y autoevaluación en los que el individuo asume valores o normas de otros individuos y grupos como un marco de referencia. Dicho concepto es empleado por Hyman (Merton, 1957) en la psicología del *status*, de modo que, los grupos serían además, aquellos con los que un colectivo determinado se compara, y que tienen una importancia principal en desarrollo y mantenimiento del “sí-mismo”. Hewitt (1984) usa la expresión para designar el grupo social al que se aspira, mientras Kuhn (1964) anteriormente, pero de un modo más acorde con lo que atañe a los ídolos y referentes mediáticos actuales, considera como tales una categoría de personas con las que uno mismo es comparable con ciertos fines (y a la que puede pertenecerse), que no necesariamente, proporciona una parte destacada de la propia autodefinición.

Así, siguiendo un sondeo realizado por y hacia la juventud universitaria de Madrid sobre ídolos mediáticos durante el año 2011, el 70% de los jóvenes no creía tenerlos, ni seguir de forma habitual a ningún personaje. Sin embargo, el 98% afirmaba seguir habitualmente la carrera de algún artista musical, actor o actriz, directores, deportista, etc. El 19% se encontraban algo influenciado en sus hábitos y costumbres por las formas de vestir y expresarse; y casi la mitad, el 49%, contestó que influían, pero sólo en parte, y el 32% creía que en absoluto.

Las subculturas juveniles, como grupos o sujetos diferentes y diferenciables de la mayoría, actúan a modo de referentes de vanguardia, al tiempo que cada subcultura ha contado con uno o varios ídolos mediáticos de referencia que han marcado estilos, modas y auténticas guías de conducta. Sin embargo, en el nuevo entramado neotribal, los ídolos de masas son múltiples y más eclécticos; dado que cuentan con un gran aparato promocional a sus espaldas, que exige efectismo visual y mensajes poco definidos. En consecuencia, la juventud entrevistada es consciente de ello y no idolatra a los personajes, algo que ha quedado para la etapa adolescente, aunque sí lo hace con sus tendencias, de una forma más consciente que en el pasado.

Es decir, la juventud asume y hace explícito su reconocimiento de la influencia y “mediatización” de los *mass media* en la consagración de sus ídolos, por ejemplo al hablar de las cadenas americanas hegemónicas como Disney Channel para la adolescencia o la MTV entre las y los jóvenes. Así, a la pregunta “¿Cuántos de tus grupos o artistas favoritos tienen presencia en la cadena MTV?”, tres de cada cuatro encuestados tenían un grupo o artista con presencia en la misma. El 78% consideraba que la cadena influye en los gustos musicales de los jóvenes, y el 92% no dudaba que MTV produce y exporta ídolos musicales.

La autenticidad que confería una gran consistencia a los mensajes de los iconos del *Rock* (desde la el pacifismo militante del movimiento *Hippie* con

Lenon o Dylan a la cabeza, al esteticismo del Glam con Bowie, o a la negación del *punk* llevado al límite por Sid Vicious), queda subvertida por efecto del marketing evolucionado. La propuesta es sólo tentativa, vistosidad y “*felling* de nuevo”; sin debate moral, ni contenido, en la mayor parte de las estrellas y sus éxitos más comerciales. Por ejemplo Lady Gaga y su gran éxito “Bad Romance”, o *Yellow* de Coldplay (sobre un amor no correspondido). Son referentes a seguir con ayuda de las redes sociales, pero sin elementos de identificación estética o ideológica ampliamente compartidos, con las que identificarse como en su día fuera para una generación esperanzada el “Woman no Cry” (1975) de Marley o para otra desencantada el *Satisfaction*, por *The Rolling Stones* (1965).

El ídolo y la tribu, van perdiendo trascendencia, gravedad, de modo que si por una parte se admiran como “profesionales” a personajes de distintos ámbitos mediáticos, al igual que si de un juego racional, de mérito se tratase (juego agónico -*Agon*-); por el otro se asume, su trivialidad, como parte del rol, resultado de un juego de mérito estético y de albur (juego de Alea o azar exitoso). A la pregunta hecha a los estudiantes en el sondeo ¿Cuál de las siguientes afirmaciones se adecua más a tu modo de pensar?, un 13,6% elige la opción “A”: “Los jóvenes de hoy en día no tienen ídolos porque no encuentran ninguna persona relevante a quien imitar/seguir”. La opción “B” un 27,2%: “Los jóvenes actuales sí tienen ídolos porque no existe ningún factor que lo impida”. La respuesta “C”: “los jóvenes no tienen ídolos porque prefieren ir a contracorriente sintiéndose únicos por no seguir a nadie”, es votada por sólo un 9,2%. Por último, 119 personas de una muestra de 250 sujetos, un 47,6%, decide que la correcta es: “Los jóvenes actuales sí tienen ídolos pero no tan politizados como en etapas anteriores. Son ídolos superficiales”.

La adhesión de las y los *fans* es más efímera, y el peligro de la diferencia subcultural que implicaban una suerte de “exilio autoinfligido” en aras de unos principios, pierde buena parte de su potencial identitario. De hecho, las diferencias y señales de identidad manifiestas terminan siendo reconocidas por su fuerza simbólica, por grandes colectivos como parte de la propia identidad “juvenil” (melena, rastas, tatuajes, etc.), pero ya no entrañan compromiso. Son las tachuelas y los imperdibles del *Punky* en los onerosos bolsos, corpiños y vestidos “muy juveniles” de Loewe, Gaultier o Versace; la plata, las transparencias y el neón *Techno* que ha vestido colecciones de Verino, Benetton, Mango y Versace, el *Cyberpunk* que ha inspirado a Jean Paul Gaultier, como el Gótico a Lagerfeld y Dolce y Gabbana.

Un viaje de “ida y vuelta” de la tribu subcultural a la moda convencional y viceversa. Por ejemplo, de las botas Dr. Martens, que fueron propuestas desde los inicios del movimiento *Skinner*, o las camisetas Fred Perry en el movimiento Mod, abriendo ahora esta firma una línea de ropa con el nombre y la línea del ídolo del movimiento Paul Weller y otra con el de Amy Winehouse, en la que ya se había inspirado Karl Lagerfeld.

Pero si puede decirse que los ídolos de un estilo musical domina la escena planetaria, es el *Pop* y el *Rap* comercial, con predominio de mujeres solistas y raperos norteamericanos (fenómeno *hip hop/pop*), como Eminem, Jay Z, Kanie West, Snoop Dogg o 50 Cent. Unos ídolos mayoritarios a tenor de número de ventas, y característicos por una tensión argumentativa en la que se mantiene el maniqueísmo tradicional

(chicas/os malos frente a integrados), el discurso de “sueño americano” y arquetípicos de corte muy sexista, en la lógica del personaje-producto: chicos duros y mujeres provocativas.

Entre los primeros, Eminem, el rapero estadounidense que más ha vendido en la primera década del 2000, con 80 millones de álbumes impulsó su fama sus escándalos, disputas con la familia, repetido divorcio y adicciones. Un ídolo de personalidad problemática y espíritu atormentado que se refleja en unas letras que hacen apología de la violencia, el consumo de drogas, la misoginia, el racismo y la homofobia. Asimismo, Curtis James Jackson III, de extracción muy humilde, conocido como 50 Cent, que hasta fue descubierto por Eminem vivió una juventud entre el tráfico de drogas y la delincuencia (sobrevivió a 9 disparos). Sus letras mantienen la admiración por la violencia, el dinero, las drogas y el machismo. Desde el arquetipo contrario se encuentran artistas adolescentes como Justin Bieber o los Jonas Brothers, grupo de pop estadounidense que defienden la castidad y la religión, y que ha sido comprado por Disney Channel.

Entre las artistas femeninas son más notorias las “chicas muy malas” del pop, como lady Gaga, Cristina Aguilera o Shakira (dicen sus canciones loba, loca, rabiosa, etc.); y del otro lado, mujeres cándidas más integradas como Bellonca o Rihanna. En conjunto, raperos y artistas de R&B exitosas, que como Rihanna (desde un ambiente muy humilde y problemático en Barbados) han llegado al estrellato, representando la realización del sueño individualista de riqueza y fama. En él, como en las redes sociales, la máxima “el éxito llama al éxito” se hace patente como primera causa de las idolatrías postmodernas. El efecto “maximizante” (de amigos, *fans*, contactos), hace que el propio éxito y no el contenido sea causa de hegemonía (cuanto más seguida es una propuesta o un grupo estos se convierten en más deseables y consiguen mayor adhesión). Así en el sondeo a estudiantes, todas las personas entrevistadas dicen que alguna vez han hecho amigos en las redes sociales a través de su adhesión a un ídolo. Las más empleadas para ello entre los estudiantes de 18 a 25 años entrevistados fueron Facebook, (36%), Twitter (32%), Tuenti (23%) y otras (9%).

La diversidad de medios de comunicación consigue que sean muchos referentes y de ámbitos diversos, destacando los ídolos deportivos. Se cita a Alejandro Sanz o Lady Gaga, a Iñaki Gabilondo o Vargas Llosa, distribuyéndose los principales ídolos entre: el deporte, 30%, la música 28%, medios 27%, el cine, 10%, la cultura en general 5%, etc. El seguimiento se hace también desde esta misma pluralidad, destacando en primer lugar “las redes sociales” con un 98%, “las revistas” con un 43%, “la prensa general” un 25%, “la televisión” un 19%, “el cine” un 9% y otros un 7%.

Dentro del neotribalismo, el autor pierde valor, los ídolos se multiplican y desaparecen como tales, y las estrellas comienzan a ser aquellos que ponen, producen o bien recrean la música con una estética y un mensaje que aporte valor simbólico, en contribución a su función social de ambientación, recreo e identificación. Los pinchadiscos o DJ pasan al nuevo “*Start System*” del *Hip-hop* y sobre todo el *Techno* (como Franlie Knules y Jeff Mills en los noventa), desembocando en la nueva cultura “makinera” y *Rave* internacional dando lugar a nuevas formas de agrupación y ocio. Es el nuevo fenómeno de los jóvenes *Ravers*, que recogen signos de identidad de distintas subculturas (*Rap*, *Raegge*, *Techno*

o *Hardcore*) en la indumentaria, el tatuado, los gestos o el baile, dando cuenta de una nueva filosofía “intransitiva”, volcada en la noche interminable del fin de semana, creciente desideologización y de su ir “hacia ninguna parte” (Pallarés, 2002: 101). Es decir, explotan las formas estéticas de la era digital (Kruger, 1998: 161; Regillo, 2000), mientras reproducen la diferenciación social, entre jóvenes de ambientes urbano-populares (Raperos, Maquineros, Metaleros) y sectores juveniles vanguardistas implicados en la experimentación cultural (*Ravers, Clubers, Hipters*)” (Pallarés, 2002: 101).

En sentido inverso a la pluralidad de estilos, se emplea una misma imagen para ideologías autoexcluyentes, por ejemplo en el caso de los cabezarapadas: *boneskinners, Sharps* y *Redskinners*; como también los *Metalcore*, un híbrido de *heavy metal* y *hardcore punk*, que se presenta en la escena comercial durante 2002, y que tiene sus raíces en el *crossover thrash* de grupos como Suicidal Tendencies, de mediados de los 80, y se distingue de otras fusiones del *punk metal* por su énfasis en los *breakdowns*: lentas e intensas partes que conducen al *moshing* ([tipo de baile derivado del *Pogo* característico por dar saltos y empujones de forma irracional al ritmo de la música).

Contradicción radical, que a la postre se constituye en un nuevo nihilismo (el futuro posible no motiva); y en el que arraigan ademanes más duros e indolentes, para encontrar amparo en la protección de la tribu y la compulsión repetitiva de hacer siempre lo mismo: el placer del instante con alcohol y otras sustancias que ayudan a la evasión, el olvido a través del trance neotribal, bajo el influjo de la música y el baile, y ya sea Mákina (música Trance), *Hardcore*, Transmetal, *Ska* o *Rap*.

Conclusiones

En el capitalismo avanzado los ritos de paso que marcan el tránsito a la vida adulta han ido multiplicándose, disolviéndose, siendo cada vez más inespecíficos y marcados por el grupo de iguales, en vez de por el grupo adulto. No exentos de riesgo, se encuentran influenciados por estilos juveniles precisos de resistencia a la tradición (primer concierto, tatuado o *piercing*, primera melopea, compra de revistas juveniles en la preadolescencia o acceso redes concretas). En definitiva, puede llegar a hablarse de una sustitución de los tradicionales “ritos de paso”, por ritos de “impasse”, en donde las etapas de transición se convierten en “etapas intransitivas” en el sentido de que parecen no tener fin, de modo que las culturas juveniles terminan siendo intergeneracionales (Feixa, 2006: 59).

Una forma de identificación en los estilos de vida “a la carta” no sólo juveniles, que obvian la extracción social, la edad cronológica, el sexo y a veces el territorio, pero que se erigen en formas concretas de sociabilidad de nuevo cuño, cuando se añora “una guía confiable para liberarnos al menos de parte del espectro de responsabilidad de nuestras decisiones” (Ética Postmoderna, Bauman, 2004: 28). Frente a tal sin sentido, las subculturas juveniles que en sus contradicciones ontológicas se constituyeron en críticas de la modernidad (como ocurrió con la *Hippie* o el *Punk*), ahora se redefinen en la contradicción misma y en la mezcla, para constituirse en una crítica activa y variopinta de la postmodernidad. Ídolos y géneros de culto se diversifican y disuelven, sustituidos por el espectáculo y opciones dirigidas a la emoción y el placer.

Siguiendo estas premisas, si los primeros movimientos subculturales juveniles como el *Beetnick*, *Hippie* y el Mayo Francés se anticipaban a nuevos valores que se generalizaron avanzada la sociedad de consumo (libertad sexual, hedonismo, desafío generacional, antiautoritarismo, pacifismo, etc.); estudiar las formas y significados vigentes y pioneros de las subculturas recientes y sus ídolos, facilitará información valiosa sobre las tendencias sociales en la primera mitad del siglo XXI. Una etapa que ya se configura de cambios profundos. Que ésta se trate de una Nueva Era, como apuntaban algunas subculturas juveniles (como las *Rastafari*, la *Hippie* o el *Hip-Hop*), en vez de una Nueva Edad Media en el sentido lóbrego del término, como anuncia Umberto Eco (2004), dependerá en gran medida de los cauces por los que la juventud invierta su creatividad y su energía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agostinelli, M^a. J.** (2008). *Tribus Urbanas, una guía para entender las subculturas juveniles de la actualidad*. Visión. Buenos Aires.
- Bauman, Z.** (2004). *Ética Posmoderna*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Bauman, Z.** (2007). *Tiempos líquidos*. Tusquets, Barcelona.
- Bellah, R.N.** (1989). *Hábitos del corazón*. Alianza. Madrid.
- Bourdieu, P.** (1988). *La distinción, Criterios y bases sociales del gusto*. Taurus. Madrid.
- Bourdieu, P.** (2002). *Las reglas del arte*. Anagrama. Barcelona.
- Braudillard, J.** (1978). *Cultura y simulacro*. Kairos. Barcelona.
- Castells, M.** (2009). *Comunicación y poder*. Alianza, Madrid.
- Costa, P.-O. et al** (2000). *Tribus urbanas*. Paidós, Barcelona.
- Eco, U.** (2004). *La nueva Edad Media*. Alianza, Madrid.
- Feixa, C., Costa, C. y Pallarés, J.** (2002). *Movimientos juveniles en la Península Ibérica, Gráffitis, grifotas, okupas*. Ariel Social, Barcelona.
- Feixa, C.** (2006). *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona.
- Frith, S.** (1981). *Sound Effects: Youth, Leisure and the Politics of Rock "n" Rol*. Pantheon, New York.
- Frith, S.** (1980). *Sociología del Rock*. Júcar, Madrid.
- Goffman, K.** (2004). *La contracultura a través de los tiempos*. Anagrama, Barcelona.
- Haarré, R. and Lamb, R.** (1992). "Reference group". *Diccionario de Psicología y de la personalidad*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- Hebdige, D.** (2004). *Subcultura: el significado del estilo*. Paidós, Barcelona.
- Izquieta Etuláin, J. L.** (2000). "La Cultura". Alfredo Hernández Sánchez, *Manual de Sociología*. Universidad de Valladolid, Valladolid.
- Kuhn, M.** (1964). "The reference group reconsidered". *Sociological quarterly*, 5, 6-21.
- Lipovetsky, G.** (1987). *El Imperio de lo Efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama. Barcelona.
- Lipovetsky, G.** (2002). *La era del vacío*. Anagrama, Barcelona.
- Maffesoli, M.** (1990). *El tiempo de las tribus, el declive del individualismo en las sociedades de masas*. Icaria, Barcelona.
- Malinowski, B.** (1970). *Una teoría científica de la cultura*. Edhasa, Barcelona.
- Mannheim, K.** (1928). *El problema de las generaciones*. CIS, Madrid.
- Mead, M.** (1986). *Adolescencia y cultura en Samoa*. Paidós, México.
- Merton, R.K.**(1950). *Social theory and social structure*. Free Press, Nueva York.
- Oriol Costa, P.; Perez Tornero, J. M. y Tropea, F.** (2000). *Tribus Urbanas*. Paidós, Barcelona.
- Palm, N.** (2004). "Culturas Juveniles Globales". *Revista de Estudios de Juventud*, 64, 39-47.
- Reguillo, R.** (2000). *Emergencia de las culturas juveniles: estrategias del desencanto*, Bogotá-México, Editorial Norma.
- Solé Blanch, J.** (2006). *Microculturas juveniles y nihilismos virtuales*. Revista Textos de la CiberSociedad, 9, Disponible en www.cibersociedad.net
- Y Kin, A.S.** (1950). "Contributions to the theory of reference group behavior". En *Continuities in social research*. comps. Merton, R. y Lazarsfeld, P.F. Clencoe, III, Free Press, Washington, D.C.