

CULTURAS JUVENILES

*Cuerpo, música
sociabilidad & género*

*(Segunda edición
corregida y aumentada)*

CULTURAS JUVENILES

*Cuerpo, música
sociabilidad & género*

Autores:

Mauro Cerbino
Cinthia Chiriboga
Carlos Tutivén

EN CONVENIO ENTRE
EL PROGRAMA DEL MUCHACHO TRABAJADOR
Y LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN MÓNICA HERRERA
DE LA UNIVERSIDAD CASA GRANDE
AUSPICIADO POR EL INSTITUTO NACIONAL
DEL NIÑO Y LA FAMILIA

Abril 1998 - Mayo 1999
Guayaquil - Ecuador



Ediciones Abya-Yala
Convenio Andrés Bello

2001

CULTURAS JUVENILES

Cuerpo, música sociabilidad & género

Mauro Cerbino

Cinthia Chiriboga

Carlos Tutivén

1a. Edición Convenio Andrés Bello
Co-Edición Av. 13 N° 85-60 Santafé de Bogotá, D.C. - Colombia
 Teléfonos: (571) 530 1639 - 530 1640 Ext. 161
 Fax: 610 0139
 Centro Cultural: Carrera 22 N° 85-83
 E-mail: ecobello@inti.cab.int.co / gmunoz@inti.cab.int.co
 Web: www.cab.int.co

Ediciones ABYA-YALA
12 de Octubre 14-30 y Wilson
Casilla: 17-12-719
Teléfono: 562-633 / 506-247
Fax: (593-2) 506-255
Correo electrónico: admin-info@abyayala.org
editorial@abyayala.org
Quito-Ecuador

Diseño de portada: María Loor Botero

Impresión Docutech
 Quito - Ecuador

ISBN: 9978-04-645-3

Impresión Docutech
 Quito - Ecuador

Impreso en Quito - Ecuador, 2001

INDICE

Prefacio a la 2º Edición	7
Agradecimientos	9
Introducción	11
Epistemología, teoría, metodología. <i>Mauro Cerbino, Cinthia Chiriboga, Carlos Tutivén</i>	13
Justificación y objetivos. <i>Mauro Cerbino, Cinthia Chiriboga, Carlos Tutivén</i>	53
Para una antropología del cuerpo juvenil. <i>Mauro Cerbino</i>	57
La música en la constitución de las culturas juveniles. <i>Cinthia Chiriboga</i>	77
La disolución de lo social en la socialidad de una comunidad emocional. <i>Carlos Tutivén</i>	101
La problemática de la distinción de géneros en las culturas juveniles. <i>Cinthia Chiriboga</i>	139
Aperturas. <i>Mauro Cerbino, Cinthia Chiriboga, Carlos Tutivén</i>	175
Apéndice: De malestares en la cultura, adicciones y jóvenes. <i>Mauro Cerbino</i>	183
Anexo 1: Estado del Arte	197
Anexo 2: Cuestionario de Encuesta	237

PREFACIO A LA SEGUNDA EDICIÓN

Un primer balance obtenido luego de un año de la publicación de la primera edición de “Culturas Juveniles: Cuerpo, Música, Sociabilidad y Género”, nos permite observar algunos cambios auspiciosos, en el interés de ciertos grupos de la sociedad e instituciones por comprender de una manera diferente la experiencia de los jóvenes. Fue estimulante para nosotros el constatar la demanda que hubo de la obra por parte de algunas instituciones gubernamentales, no gubernamentales y educativas (especialmente secundarias), quienes se comenzaron a hacer preguntas sobre su comprensión y relación con los jóvenes. Fue visible el incremento de espacios para los jóvenes en los medios de comunicación masiva, particularmente en la prensa. Tal vez uno de los resultados más gratos de la difusión de este trabajo, ha sido la respuesta de los jóvenes que tuvieron acceso al libro. Los motivó a debatir sobre sí mismos de manera acalorada y al mismo tiempo humorística, concordando o disintiendo con lo hallado en la investigación.

Nuestra alegría ante los resultados de la primera edición no nos ciega ante el hecho de que el impacto del trabajo es aún pequeño. Siguen predominando las miradas paternalistas y prejuiciosas frente al joven entre los adultos y sus diversas instituciones. Es por ello que vemos como necesaria esta segunda edición.

En esta nueva entrega de Culturas Juveniles quisimos incluir material que por diversas razones no estuvo presente en la primera edición. Dentro del capítulo “Epistemología, Teoría, Metodología”, incluimos ahora un resumen del estado del arte que hicimos en 1998 previo a la investigación de campo, respecto a los saberes constituidos sobre los jóvenes en las diferentes instituciones de la ciudad de Guayaquil. La totalidad de lo que recopilamos en el estado del arte se encuentra en el anexo 1.

También decidimos incluir en el Anexo 2 el cuestionario que aplicamos para realizar la encuesta, pues consideramos que podría ser

de interés conocer las preguntas que se plantearon. En el Apéndice se halla el artículo de Mauro Cerbino “De malestares en la cultura, adicciones y jóvenes” que en la primera edición apareció como introducción.

Queremos reiterar nuestros agradecimientos a las instituciones que hicieron posible esta investigación: al Programa del Muchacho Trabajador (PMT), al Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) y a la Escuela de Comunicación Mónica Herrera de la Universidad Casa Grande de Guayaquil, que con sus esfuerzos han podido dar apoyo a lo que fuera un proyecto y ahora es una realidad con perspectivas futuras.

Igualmente queremos agradecer a Editorial Abya-Yala por su interés en hacer esta segunda edición de la obra, y por su apertura para incorporar cambios a la primera edición a favor de presentar un trabajo mejorado y más completo.

Los autores.
Julio 2001

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos la colaboración en este proyecto de las siguientes personas:

En particular a todos los jóvenes que protagonizaron esta investigación a través de las observaciones, entrevistas y grupos de discusión.

A nuestro asesor internacional, *Germán Muñoz*, quien trabajó el tema de las culturas juveniles en Colombia.

A los investigadores auxiliares *Julio César Quiñónez* del PMT y *Héctor Chiriboga* del INNFA.

A los jóvenes etnógrafos que realizaron las observaciones de campo: *Isabel Zambrano*, *María Mercedes Zerega*, *María Isabel Manrique*, *Verónica Saucedo*, *Sheyla Massay*, *David Pozo* y *Jorge Ruiz*.

A los estudiantes del Mónica Herrera que nos permitieron utilizar su material de campo elaborado en sus cursos de investigación: *María Cristina Weisson*, *María José Coka Rendón*, *María Auxiliadora Arévalo*, *Orlando Brigante*, *María José Marín*, *David Cañarte*, *Fernando Franco*, *Daniela Bastidas*, *Catherine Swanberg* y *Gustavo Pérez Caamaño*.

Al personal contratado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Guayaquil) para la aplicación de la encuesta.

A *David Andrade* por haber hecho ajustes al diseño muestral de la encuesta.

A *Miguel Montalvo* profesor de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, quien facilitó los ratings de Nielsen sobre programas concursos y telenovelas en Guayaquil.

A *Gerardo Verdecia* que colaboró en la primera etapa del proyecto, en la recopilación de algunos datos para el levantamiento del estado del arte.

A *Adriana Lazo* y a *María Mercedes Zerega* que colaboraron en el trabajo secretarial y en la transcripción de etnografías y entrevistas.

A *Iván Amaya* quien colaboró realizando un video para la presentación inicial del proyecto.

INTRODUCCIÓN

Cuando en marzo de 1998 el Programa del Muchacho Trabajador (PMT), auspiciado financieramente por el Instituto Nacional del Niño y la Familia, nos encargó la realización de un proyecto de investigación sobre jóvenes en Guayaquil, sentimos, los que integramos el equipo de investigación de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera de la Universidad Casa Grande, un gran desafío teórico y metodológico frente a un tema tan complejo como es el de las culturas juveniles. ¿Cómo hemos enfrentado este desafío? A través de dos esfuerzos conjuntos.

El primero tenía que ver con la exigencia de un afinamiento de las condiciones epistemológicas y de los enfoques conceptuales que estuviesen acorde con los nuevos planteamientos, que en las ciencias sociales en general, se están dando tanto a escala internacional como en América Latina. Nuevos planteamientos que podemos resumir en los términos de una acrecentada necesidad de interdisciplinariedad. Por un lado, la aportación simultánea de disciplinas cuyos campos de análisis a veces se han considerado autónomos, como la semiótica y el psicoanálisis, la antropología urbana y la sociología de la comunicación. Por el otro, la incorporación de los estudios culturales a unas ciencias sociales que, de esta forma, renuevan sus paradigmas comprensivos saliendo de aquellas visiones muchas veces tendientes a elaborar explicaciones exclusivamente a partir de aplicaciones estadísticas con porcentajes y datos cuantitativos. De allí el segundo esfuerzo, de tipo eminentemente metodológico. Tenía que ver con el cómo llevar a cabo la investigación, con la selección pertinente de las técnicas a emplearse para que la observación de las culturas juveniles responda a un renovado interés de comprensión desde adentro, desde ellas mismas, y no desde lugares comunes y prejuicios que tanto circulan en nuestra sociedad, sobre todo entre el mundo adulto. Por esto, la investigación tiene un marcado carácter cualitativo.

A través del trabajo de campo etnográfico, hemos intentado dar cuenta del sentido de las identidades juveniles de Guayaquil. Sentido e identidades ciertamente no coherentes y más bien fragmentarias, caóticas, incluso paradójicas. Lo hemos hecho conscientes de que iba a ser un primer intento, una investigación piloto, experimental y exploratoria, para echar una mirada comprensiva en ese *magma* que son las culturas juveniles de estos tiempos. Nos sentíamos, además, animados y justificados en esta empresa por la hipótesis (confirmada luego por el estado del arte) de que existe una notable escasez de investigaciones con características similares en el Ecuador.

La naturaleza de la investigación, repetimos, experimental y exploratoria, tuvo, a la vez, el mérito y la limitación de querer ser amplia, panorámica, de abarcar lo que más se pudo en el corto cronograma establecido. Es en este sentido que, además de la naturaleza y novedad de la propuesta teórica y metodológica (al menos en nuestro país) y los resultados relatados en el presente documento, la importancia de la investigación realizada reside, probablemente, en querer mostrar nuevas pistas heurísticas e investigativas, así como en suscitar preguntas que otras investigaciones podrán intentar contestar.

El presente documento consta de cuatro partes. La primera se refiere a los enfoques epistemológicos, teóricos y metodológicos asumidos. La segunda parte concierne el objeto de la investigación y su respectiva justificación. Ambas partes son de responsabilidad conjunta de los tres investigadores principales. Sin embargo, la composición y la redacción estuvieron a cargo respectivamente de Mauro Cerbino y Carlos Tutivén. La tercera se refiere a los resultados y los cuatro relatos son de autoría exclusiva de cada uno de los investigadores. El ensayo “Para una antropología del cuerpo juvenil” es de Mauro Cerbino. Aquel sobre “La música en la constitución de las culturas juveniles” le corresponde a Cinthia Chiriboga, así como el ensayo sobre “La problemática de la distinción de género en las culturas juveniles”. Y finalmente, el ensayo “La disolución de lo social en la socialidad de una comunidad emocional” es de Carlos Tutivén. La última parte, también de autoría colectiva y que estuvo a cargo de Carlos Tutivén, se refiere a las posibles aperturas y proyecciones que la investigación quiere dejar anotadas para futuras acciones y nuevas investigaciones.

EPISTEMOLOGÍA, TEORÍA, METODOLOGÍA

1. Consideraciones epistemológicas de la investigación

En el diseñar y realizar la investigación sobre culturas juveniles en Guayaquil, hemos considerado no sólo aspectos de orden teórico y metodológico, sino también, aspectos del orden de una filosofía de la investigación social, de una epistemología, en la medida en que ésta aclare la perspectiva desde la que se auto-comprende y se define en el universo de las Ciencias Sociales.

Hemos partido de varios enfoques teóricos articulados desde una matriz de carácter hermenéutico que posibilite la conexión entre los distintos saberes, las “distintas verdades”, los distintos enfoques y realidades observadas, sin olvidar que la construcción del sentido es consustancial a la misma comunidad científica, a su objeto de estudio, al contexto sociocultural donde se realiza la investigación, así como a una tradición histórica con la cual se establece un diálogo.

Esta *meta-racionalidad* hermenéutica, así como piensa las correlaciones entre marcos teóricos y procedimientos metodológicos, igualmente se ocupa de la interpretación, la comprensión y la traducción entre los distintos juegos de lenguajes, que se relacionan entre sí a manera de un *hipertexto*, que es la forma como creemos debería ser pensado el concepto de cultura juvenil.

Otro componente epistemológico, que hemos tenido en cuenta en esta investigación, es la adopción del paradigma de la complejidad, acorde a la cualidad y naturaleza del objeto de estudio.

Este paradigma es el resultado de los saberes que produjeron las teorías de la información, la cibernética y la teoría de sistemas, que hoy se están articulando a las lógicas simbólicas, en especial las desarrolladas por Gödel que apuntan a afirmar: “que ningún sistema es capaz de

auto-explicarse totalmente a sí mismo ni de auto-probarse totalmente (Morin E. 1988).

El pensamiento complejo propone superar, en la investigación, los reduccionismos, las simplificaciones racionalistas y el determinismo causa-efecto del paradigma de las ciencias duras de inspiración cartesiana. Plantea como alternativa el acercarse a un razonamiento paradójico, si es el caso, o multidimensional, sin perder la especificidad de lo que trata. En lugar de aislar por considerarlos como errores aquellos elementos que los métodos de investigación tradicionales han considerado atípicos, contradictorios o paradójicos, el pensamiento complejo los integra para alcanzar nuevas formas de comprensión de los fenómenos. En este sentido la epistemología de la complejidad daría cuenta, como afirma Morin E. (1988): “que la vida cotidiana, es, de hecho, una vida en la que cada uno juega varios roles sociales, de acuerdo a quien sea en soledad, en su trabajo, con amigos o con desconocidos. Vemos así que cada ser tiene una multiplicidad de identidades, una multiplicidad de personalidades en sí mismo, un mundo de fantasmas y de sueños que acompañan su vida”.

El paradigma de la complejidad pone de relieve una nueva concepción para el saber. Ya no se trata de buscar el conocimiento a partir de la aplicación de una teoría unitaria que explique los fenómenos sociales pensables, a través de un paradigma de la simplicidad, como siempre ordenados y ordenables. Según Morin: “el orden se reduce a una ley, a un principio. La simplicidad ve a lo uno y ve a lo múltiple, pero no puede ver que lo Uno puede, al mismo tiempo, ser Múltiple”. El paso del paradigma de la simplicidad al de la complejidad significa abandonar la “comodidad” de la certeza científica que produce el orden y entrar en el reino de la incertidumbre, del desorden de los fenómenos. En esto consiste el nuevo desafío a la hora de pensar y comprender la realidad, en el desarrollo de las investigaciones socioculturales actuales. A tal propósito recurramos una vez más a las ideas sobre el paradigma de la complejidad expresada por Morin. Al introducir los instrumentos que puedan permitir el conocimiento de la realidad, el filósofo francés afirma que son evidentemente de naturaleza racional. Pero así mismo distingue entre *racionalidad* y *racionalización*. La primera “es el juego, el dialogo incesante, entre nuestro espíritu, que crea las estructuras lógicas, que las aplica al mundo, y que dialoga con ese mundo real. Cuando ese mundo no está de acuerdo con nuestro sistema lógico, hay

que admitir que nuestro sistema lógico es insuficiente, que no se encuentra más que con una parte de lo real”.

Por otra parte, en cambio, “la racionalización consiste en querer encerrar la realidad dentro de un sistema coherente. Y todo aquello que contradice, en la realidad, a ese sistema coherente, es descartado, olvidado, puesto al margen, visto como ilusión o apariencia”. Esta distinción nos permite afirmar que nuestra investigación ha intentado dar cuenta de algunos niveles de racionalidad en las culturas juveniles, no de una forma deductiva (desde lo general o particular) sino de forma que podríamos llamar *abductiva*, es decir, de forma inferencial-hipotética, manteniendo abierta la atención a construir categorías de análisis e interpretativas desde la observación empírica y no viceversa. El amplio material etnográfico (observaciones directas y entrevistas), en su variedad y complejidad, ha sido la base del constante reto de mantener abierta la lectura de los fenómenos culturales en los que se inscriben los jóvenes de Guayaquil. Cabe finalmente recalcar que este material empírico recogido en el transcurso del trabajo de campo pertenece tanto al mundo simbólico de la palabra bajo forma de enunciados (textos) y discursos, cuanto a la dimensión estética de lo sensible, ambos inteligibles a través de la *hermeneuís* o interpretación abierta.

2. Enfoques teóricos de la investigación

A partir de los dos paradigmas, el hermenéutico y el de la complejidad, hemos ubicado dos enfoques teóricos fundamentales desde los cuáles aproximarnos a la comprensión de las culturas juveniles: la semiótica de la cultura y la sociología de la comunicación. También incluimos, para observar nuestro objeto de estudio, una perspectiva de género y una psicoanalítica.

2.1. La semiótica de la cultura

Para poder realizar una investigación sobre culturas juveniles es necesario ante todo establecer a qué concepto de cultura nos referimos, así como problematizar la noción de “joven”. Para el primero, usaremos paradigmas conceptuales que provienen de la antropología cultural y de la semiótica de la cultura. Para la segunda, estableceremos unas pocas notas de reflexión preliminar.

Desde la antropología, entendemos por cultura la unidad causativa y causada del - y - por ese conjunto de productos humanos generados en los hechos adaptativos, transformativos y creativos de los entornos geográficos e históricos de las personas y grupos humanos. Como tales nos encontramos siempre involucrados en particulares sistemas de relacionamiento social, de producción de significaciones y sentidos de alguna manera compartidos.

Desde la semiótica de la cultura usamos el concepto de identidad entendida como el conjunto de signos que la hacen reconocible. La identidad es lo que se manifiesta a través de un ensamblaje de signos.

En este sentido la noción de identidad es un proyecto y a veces una proyección (como es el caso, hipotéticamente, de las culturas juveniles para las cuales más que hablar de proyectos, hablaríamos de proyecciones: hacia fuera, de su identidad y hacia otras culturas o subculturas).

La identidad entonces es la que se encarga de la reconocibilidad “segura” de atributos (de forma y de contenido) caracterizantes.

La identidad es diferencial, se constituye en la relación con una alteridad: es así porque no es otra cosa. Los signos que la componen tienen su valor en su carácter diferencial y negativo en relación con otros: son éstos porque no son otros.

La identidad presupone la persistencia de un nudo invariable, aquel que asegura la permanencia del objeto en cuestión a través de sus distintas manifestaciones o, si se quiere, de imágenes. Este nudo invariable y central, además, tiene que asegurar la adaptabilidad, la declinación flexible de él mismo con los otros rasgos variables presentes en los distintos productos.

Para el caso de las culturas juveniles, partiendo de la hipótesis, que a diferencia del pasado en el que se asistía a una coincidencia ideológica fuerte que fungía como aglutinante (se piense en los movimientos estudiantiles o en los de izquierda o los de derecha), hoy en día, tal vez, nos encontramos con una coincidencia y con una reconocibilidad de tipo formal y exterior, asumible solo en un segundo momento como ideológico en algún sentido, de todos modos más atenuado que en el pasado.

Esta hipótesis, ¿Justificaría por sí sola el enfoque semiótico en tanto que lectura de los signos pertinentes de una identidad (o ¿identidades?) juvenil. El concepto, además, tiene, por así decirlo, doble cara,

es un recurso de observación y de análisis y también se refiere al mismo proceso de producción y de auto conciencia de las personas que participan de una identidad a través de lo que llamaríamos: “proceso de identificación *con*”. Este último permitiría, por ejemplo, establecer la pertinencia o menos de conceptos cuales “tribus urbanas”. Es decir, las culturas juveniles, ¿se dan en los términos de una identidad social o una identidad tribal? La diferencia entre los dos tipos de identidad radica precisamente en observar la dinámica inherente al proceso de identificación *con* y en consecuencia poder establecer el grado de apertura que la identidad del grupo tiene hacia el exterior.

Dicho de otra manera: una identidad social mantiene un relativo grado de apertura hacia otras identidades, por ejemplo no manejará jergas o formas de comunicación enteramente endémicas, sino más bien códigos semióticos asimilables sólo en un cierto grado de univocidad interna. Por lo contrario una identidad tribal será de tipo endémico y el sentido de alteridad será total: “soy o somos lo que no es o no son los otros”.

En este sentido podría ser empleado el concepto de semiósfera (nos referimos al trabajo de Lotman I. 1996) que acompañaría al concepto de identidad.

La semiósfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis, esto es la existencia de la cadena de significaciones y de sentidos. En la semiósfera se da la noción de frontera para establecer el mecanismo bilingüe que traduce los mensajes externos al lenguaje interno de la semiósfera y viceversa.

En otras palabras, la frontera da cuenta de la existencia de un mecanismo de filtrado de los “textos” externos y de la traducción de estos al lenguaje propio, así como de la conversión de los “no-textos” externos en mensajes comprensibles. Se trata de un mecanismo de semiotización de lo que entra de afuera y su conversión en significación. La función de toda frontera consiste en limitar la penetración de lo externo a lo interno, en filtrarlo y elaborarlo adaptativamente. En el nivel de la semiósfera, esto significa la separación de lo propio respecto a lo ajeno.

Entender las culturas juveniles como organismos culturales constituyentes semiósferas es productivo en tanto que cada semiósfera se autodescribe y la autodescripción es, además, auto influyente. Lograr que los jóvenes expresen su propio relato acerca de ellos mismos, implica evitar formular explicaciones externas bajo forma de metalenguajes (los

nuestros) y poder intentar comprender, aunque de forma siempre parcial, ciertos comportamientos o valores a partir de esa autodescripción. Así como reconstruir ese proceso de identificación *con*, que hemos dicho ser el elemento dinámico y dinamizador de toda identidad.

Si pensamos, además, que traducir los mensajes externos a cada semiósfera es una operación imposible (es decir no se puede nunca traducir literalmente), la forma del traducir será siempre una construcción de equivalencias entre textos. Esto significa crear nuevos textos que no están ni en una ni en la otra semiósfera. (En la traducción no hay retorno al igual. En la operación de volver a traducir algo traducido, el resultado jamás será igual al original).

Ahora bien, ¿cómo entender las fronteras entre semiósferas? (del joven y del adulto, o también del joven con el joven).

Podríamos hacerlo teniendo en cuenta dos ámbitos:

El uno, que llamaremos el mundo de la palabra, de pertinencia socio-lingüística, que daría cuenta de las expresiones verbales empleadas en la construcción de sus relatos y de su identidad (jergas, graffitis, formas poéticas, violaciones gramaticales etc.). En este ámbito es, tal vez, importante también manejar la hipótesis de que hay un rechazo del mundo de la palabra o una intención de distorsión del mismo bajo inclusive formas mitológicas y en tanto que identificado, por los jóvenes, como el mundo de los adultos. Un mundo que desde temprana edad está representado por la figura del padre y, luego, por la normativa social.

El otro ámbito, de pertenencia semiótica, pero no exclusivamente, sería el mundo de la comunicación no verbal, es decir todo el universo de signos relacionados con el cuerpo, el baile, la vestimenta, la moda, las marcas, los tatuajes y otros objetos, así como actitudes y valoraciones frente a la amistad, al vínculo social con el otro, a las drogas, al trabajo.

En los dos ámbitos se puede individualizar tanto una *mitopoyesis* juvenil como un conjunto de ritos de socialización (¿tribalización?) y de pertenencia grupal.

2.2. Pocas notas acerca de la noción de joven

Si bien resulta insuficiente y tal vez improcedente el criterio de edad cronológica para definir el ser joven, es, asimismo, complejo y muy discutible el querer establecer otros criterios que tengan en cuenta factores de tipo sociológico. Es el caso del criterio de la dependencia.

Con ello se establece que es joven quien no ha entrado, todavía, en un estado de independencia económica, de domicilio y de relación intersexual, es decir que no ha constituido un núcleo familiar autónomo. Según estos criterios podría ser joven alguien que tiene 40 años y no serlo alguien que tiene 25, esto dependiendo de los factores arriba señalados.

Nos parece que la cuestión es más compleja. Muchos jóvenes, sobre todo de condición socioeconómica media y baja tienen la necesidad (a veces la obligación) de trabajar para ayudar o mantener su familia de origen, y no por eso, creemos, dejan de ser jóvenes. Se necesitan entonces otros criterios que no sean exclusivamente ni cronológicos ni tampoco simplemente sociológicos.

En tal sentido nos parece que la investigación intenta establecer, desde los propios sujetos involucrados, los “sentires” acerca de la noción de joven. Hay que tener en cuenta, además, que la cultura dominante, por ejemplo la que se expresa en los medios de comunicación de masas, tiende a crear el mito de la juventud, aprovechando las estadísticas que indican un constante aumento de la esperanza de vida en la población mundial.

De todos modos, la noción de joven se parece a aquellas nociones que sólo son pensables en términos negativos. Podemos afirmar que ser joven no es cuestión de edad, no es cuestión de dependencia, no es cuestión de “maquillajes” o de apariencia. Queda sólo el juicio de cada uno sobre sí mismo. Tal vez, el mayor problema radica en la ambivalencia del término joven que puede ser empleado sea como adjetivo - “un ser joven”-, y sea como sustantivo “un joven”.

2.3. La sociología de la comunicación

Asistimos, a finales de los años 90, a la emergencia de nuevos fenómenos sociales que vinculados a los procesos de comunicación mass-mediática y telemática que están cambiando los modos de constitución y reconocimiento de las colectividades y las lógicas de produc-

ción de la identidad. Las formas de vida adquieren otras sensibilidades frente al mundo político, económico y cultural e incluso, las interacciones simbólicas e imaginarias de la socialización han sufrido un cambio que incide tanto en los medios como en los procesos de comunicación social. Esta situación de cambio continuo en el consumo de bienes y servicios, en la búsqueda de sentido de la vida en sociedad y, a la vez, de persistentes continuidades históricas, de hábitos arraigados en la cultura, de costumbres incuestionadas por el tejido social, produce en el ciudadano una experiencia de lo social que se topa con serios problemas para la aceptación o implementación de proyectos modernizadores en la sociedad latinoamericana. Por ejemplo, el trabajo institucional con los jóvenes latinoamericanos de hoy se enmarca en un conjunto de intentos racionales por construir una modernización social deseable en el campo de la cultura urbana. Esas intervenciones buscan de la sociedad y sobre todo, del Estado, la aceptación y el reconocimiento de los derechos civiles de los niños y de los jóvenes, la toma de conciencia sobre los derechos al trabajo bien remunerado, la justicia social con dignidad, la salud pública, el trato equitativo, etc. Sin embargo, hoy, los impulsos modernizadores tanto en lo económico-social, como en lo político-cultural, y sus concomitantes resistencias (cuando afectan a los mundos de la vida y a determinados valores humanos) han traído un efecto difuminador de las fronteras territoriales (geográficas) y conceptuales (teóricas), como también, de las memorias y de los imaginarios colectivos. Por ello, un sociólogo de la comunicación como Jesús Martín Barbero sostiene que ya no es posible pensar y actuar en la cultura como si estuviera estratificada en compartimentos fijos e inmutables, pues tanto en la realidad como en las teorías sociales de la producción artística, por ejemplo, lo indígena se mezcla con lo rural, lo rural con lo urbano, el folklore con lo popular y lo popular con lo masivo.

La comunicación en este enjambre simbólico-práctico ya no es cuestión de medios sino también de mediaciones, es decir, qué lo que más importa a esta mirada comunicacional no es tanto saber que pasa exclusivamente en la racionalidad de los productores - la industria cultural, medios masivos de comunicación social, etc., - sino lo que está pasando, además, en las racionalidades conscientes o espontáneas de los consumidores y ciudadanos. Lo que se está configurando son las modulaciones del consumo desde lo local, o desde las micro escenas de las vidas cotidianas, o desde las modas que "posicionan" a los sujetos en

una lógica de reconocimiento entre diferencias. Asistimos, así, a un efecto de recursividad (un proceso recursivo es aquél en el cual los productos y los efectos son, al mismo tiempo, causas y productores de aquello que los produce) en la dialéctica entre medios y mediaciones. Los actores sociales son agentes y pacientes de los productos informativos de los medios de comunicación y éstos, a su vez, reconfiguran el campo del consumo de la información y de la comunicación social creándose así una espiral de sentido descentrado. Las dinámicas culturales urbanas de hoy son asunto ya no sólo de la antropología cultural o de las sociologías comprensivas, sino también de los comunicólogos, de los “marketers” sociales, de los publicistas, de los trabajadores sociales, de las fundaciones, de los organismos gubernamentales y de las ONG’s.

Si entendemos por cultura, en un sentido amplio pero asumido por las ciencias sociales que se inscriben en el llamado giro lingüístico (el pasaje del paradigma de la consciencia del yo al paradigma del lenguaje), el ámbito de producción, circulación y consumo de significaciones (García Canclini N. 1989), y aceptamos el principio de la retroactividad (todo sistema abierto se reajusta y re-significa por la intervención de un factor contingente), planteado por la epistemología de la complejidad y aplicado a la dialéctica entre medios y mediaciones sociales, podremos entender también cómo los medios masivos y las industrias culturales que vehiculizan las significaciones son relevantes para un estudio comunicacional de los imaginarios juveniles y su expresión cultural.

La televisión, la radio, el cine, las revistas, la música y los noticieros, los héroes y antihéroes de la pantalla mayor, las fotografías y los pósters, generan contenidos con los que los jóvenes sueñan, discuten, dialogan, creando ámbitos de deseos y demandas que se concretan en modelos de identificación puntual, pero también de profunda diferenciación social.

En definitiva; el enfoque comunicacional quiere investigar a las culturas juveniles identificando los flujos y los tipos de información que circulan entre los jóvenes de todas las condiciones socioeconómicas. Quiere dar cuenta del acceso y uso de las nuevas tecnologías, de los tipos de imaginarios que se crean a partir del consumo de los productos de las industrias culturales y de la elaboración de ciertas mitologías. También quiere estudiar las creaciones y los productos estéticos de las culturas juveniles: graffitis, íconos, dibujos, pinturas, tatuajes, escarapeles, maquillajes corporales, e incluso textos audiovisuales. En este sen-

tido es menester receptar las acciones comunicativas que se generen en el espacio público (ferias científicas o culturales hechas por los colegios u otras organizaciones, pequeñas empresas o negocios informales, programas pre-grabados en la TV, en los noticieros, en la radio, en las revistas, en los folletos y panfletos), o en el espacio privado (relaciones familiares, amistades, trabajo, colegio, iglesias). Desde estos intereses investigativos se han derivado hipótesis, criterios y preguntas que han orientado las observaciones de campo.

2.4. La perspectiva de género

En tanto que la construcción de identidades es un elemento central del estudio, una de las perspectivas desde donde proponemos entender ésta, es desde las teorías de género. Hoy, vastos estudios y reflexiones en los más variados ámbitos: epistemológico, psicológicos, lingüísticos, históricos, antropológicos, sociológicos y educativos concuerdan en aceptar la existencia de desigualdades entre géneros en muchos sectores importantes de la sociedad y de un lugar de privilegio del hombre con respecto a la mujer. Muchos trabajos, incluso, nos han dado luces respecto a cómo en los actos de la vida cotidiana esas diferencias se recrean de manera consciente o inconsciente. Algo que también es generalmente reconocido es que dichas desigualdades son construcciones culturales. Si bien Latinoamérica tiene una producción fértil de reflexiones y estudios de género, en el Ecuador son muy escasos este tipo de investigaciones. Muchas de ellas están centradas en los aspectos más obvios del tema: violencia doméstica, derechos reproductivos, sexismo en el lenguaje. Muy pocas abordan los aspectos más sutiles de la construcción de la identidad de género. Esta investigación se ha podido explorar dicha construcción en su complejidad.

Aceptando que en el “ser joven” existen diferencias de género, hemos propuesto entender las particularidades de esas diferencias en los usos del lenguaje verbal y no verbal, en los usos de los espacios cotidianos de existencia (la familia, el grupo de amigos, la calle, el colegio, los lugares de recreación, etc.), en los consumos culturales, en los motivos que intervienen en las decisiones de dichos consumos, la actitud ética que las guía y en las autopercepciones desarrolladas.

2.5. *La perspectiva psicoanalítica*

El psicoanálisis de orientación lacaniana es de indiscutible ayuda a la hora de diagnosticar los síntomas del malestar en la cultura contemporánea. Las aportaciones de Freud y Lacan al entendimiento de los nuevos síntomas culturales que afectan por igual a jóvenes y adultos -depresión cultural, violencia indiscriminada, nihilismo social, apatía política, irresponsabilidad social, fanatismos religiosos, para señalar algunos- son un referente de mucho valor en la discusión actual presente en las ciencias sociales sobre ética y sociedad civil, ética y discurso científico, crisis de la identidad y recomposición de los espacios de participación democrática.

Otra dimensión teórica a tomar en cuenta en la obra de Lacan son sus estudios sobre la identificación subjetiva y la constitución de grupos con relación al ideal, o a los significantes que, en tanto Nombres del Padre, fungen de organizadores del campo simbólico-imaginario. En su teoría de los cuatro discursos -el discurso del amo, el discurso del universitario, el discurso de la histeria y el discurso del analista - Lacan ofrece a los investigadores interesantes herramientas de análisis de la realidad contemporánea, de los vínculos sociales y de los problemas irresolubles de la comunicación humana.

3. **Glosario conceptual de la investigación**

3.1. *Cultura*

Ante todo hay aclarar lo que no consideramos que es cultura:

- Como algo sustantivo y metafísico, como una cosa, que se puede o no tener, de ahí que no tenga sentido decir “inculto” o “pobre culturalmente”.
- Como algo espiritual, de nobleza artística o intelectual, de exclusivo cultivo interior y no material, de ahí la expresión “ser culto” y como sinónimo de arte.
- Como nostalgia del pasado, de las tradiciones, de las raíces, de lo noble telúrico, de la raza, de lo auténtico, de lo original (en el sentido de orígenes profundas e inmemorables), de ahí cultura como folklore, como pureza de las expresiones de un pueblo.
- Como sinónimo de civilización, de progreso tecnológico y de riqueza material y económica.

- Como valores de educación superior, de élite, como ser ilustrado y letrado (haber leído muchos libros), de ahí el tener altos principios morales y éticos.
- Como satisfacción de deseos y necesidades básicas.
- Como superestructura e ideología entendida como falsa conciencia.

Cultura es la vida cotidiana de la gente. De toda la gente que vive en el mundo. Sus expresiones significativas, sus formas de participación en la vida social, con los otros. Otros que pueden ser distintos, que pueden ser portadores de otras culturas, es decir, otras formas de vivir la vida cotidiana.

Cultura es lo que nos permite entendernos, comprendernos a partir de universos simbólicos comunes, universos de sentidos compartidos.

Cultura es la condición que permite reconocernos como pertenecientes a una identidad social. Este reconocer permite, a la vez, darse cuenta de la diferencia, de que existen *otros* diferentes, de que somos algo porque no somos otros, aunque estos, los otros, nos llaman la atención y nos hacen pensar y reflexionar; que no somos únicos en vivir en este mundo y que no somos los mejores, porque culturalmente no hay mejores.

Cultura es entonces una invitación constante a pensar y experimentar la diferencia: de la manera de vestir, de peinarse, de usar el cuerpo para un tatuaje, para un arete o para un baile voluptuoso y erótico, de los modos de hablar, de gesticular, de ver al mundo.

Cultura es una solicitud permanente a entrar en relación, interesada y apreciativa, con lo que es distinto e inusual, es mantener la apertura hacia lo desconocido o lo extraño.

Además algunas metáforas nombran en los tiempos actuales la cultura:

3.1.1. Tejido

La cultura como tejido; una trama de significaciones que los hombres han construido. Pero también tejedor. Esta idea se asocia a la noción de red, y nos acerca a una concepción horizontal de cultura como cultura común.

3.1.2. *Matriz*

La cultura es un espacio de producción, donde cobra sentido la realidad que nos rodea. La naturaleza de la producción cultural es simbólico-imaginaria (cfr. las voces respectivas). La matriz es ante todo acción comunicativa; genera biografías, historias, ritos, mitos, costumbres, creencias. La acción comunicativa es entonces el mecanismo básico para que se produzca, circule y consuma el sentido social.

3.1.3. *Memoria*

No se entiende como memoria del pasado, sino como una síntesis de la memoria RAM (operativa) y la del disco duro de la computadora. Una reserva discontinua y gigantesca de lo simbólico, una especie de bancos de datos siempre en acción.

3.1.4. *Expresión*

Cultura como producción de un capital de formas simbólicas a través de lenguajes verbales y no verbales. La expresión organiza los momentos de la vida, da curso a los deseos, formaliza la comunicación en códigos que operativizan los rituales juveniles contemporáneos: el fútbol, las fiestas, los conciertos, los bailes, las telenovelas. El sentido de la juventud se lo capta en las apariencias, en la externalidad de una “facha” presente en un concierto o en la participación al canto colectivo de una canción.

3.1.5. *Metamorfosis*

Es la capacidad de transformación repentina (camaleonismo) de las identidades juveniles.

3.1.6. *Objeto Fractal*

Desde la geometría no euclidiana es un fragmento, detalle, turbulencia con contornos no definidos regularmente (el copo de nieve). Omar Calabrese, en *La era neobarroca* (1987), así define un objeto fractal: “cualquier cosa cuya forma sea extremadamente irregular, extremadamente interrumpida o accidentada, cualquiera que sea la escala en que la examinamos”.

3.1.7. *Caos*

Es el desorden, la complejidad, la paradoja. Según Calabrese O. (op.cit): “cualquier fenómeno cultural que tenga o una geometría irregular o una turbulencia en su propio flujo es un fenómeno caótico; por tanto, no sólo los objetos, sino también su proceso de producción y el de recepción”.

3.1.8. *Simulación/virtualidad*

La simulación podría ser definida como la hiperrealidad, y la capacidad de producir una realidad “artificial”, pero también reproducir de forma altamente tecnológica, por ejemplo a través del computador, (que no simplemente reproduce, sino que recrea un objeto). En este sentido la simulación se diferencia de la representación. La virtualidad acompaña a todo proceso de simulación y puede ser definida como una entidad de “gran potencialidad”, una realidad fantasmagórica que existe y no existe, es real a todos los efectos pero no es lo que parece (Youngblood. 1986) citado por Bettetini G. Colombo F. (1995).

3.2. *Identidad e identificación*

Aunque provenga del campo de la psicología nos parece interesante una definición de identidad expresada por Amerio -Ghiglione (1986), según la cual la identidad es la “concepción que el sujeto construye en determinadas fases de su experiencia sobre todo en aquel tipo de ocasiones (nuevas, diversas, de ruptura, de paso) que imponen una estructuración de los esquemas cognitivos en relación a los nuevos acontecimientos en curso”. Tal vez, la limitación de esta definición de identidad reside en que es pensado sobre todo en términos cognitivos, por niveles racionales, descuidando los componentes emocionales y pasionales, muy importantes, en particular para las culturas juveniles y que contribuyen a la dinámica de constitución de las identidades. En todo caso la definición escogida tiene el mérito de poner en relieve un carácter que consideramos fundamental a la hora de hablar de identidad que se basa en la irrupción de elementos novedosos, la dinámica y el proceso. En otras palabras, no se puede hablar de identidad sin pensar que ésta, constantemente se expone a transformaciones, por la intervención o la simple aparición de factores externos que la ponen en

juego. Por esto la noción de identidad se ve acompañada siempre de la noción de identificación. Lo cual permite pensar la identidad no como algo estático, sólido e inmutable, sino como variable, plural y relacional. La identificación representa entonces el proceso de apertura de la identidad hacia nuevas formas de reconocimiento.

Para las culturas juveniles hay que hablar de identidades nómadas entendiendo con ello la constante búsqueda de identificaciones con la “gran oferta” de identidades a la carta que existen en el mundo globalizado. También el factor que Barbero J.M. (1998) ha llamado de devaluación de la memoria juega un papel importante en términos de identidades juveniles: la juventud se identifica sobre todo con el presente y siendo este constantemente cambiante, también las identificaciones juveniles serán constantemente cambiantes.

3.3. *Dimensión cultural*

La dimensión cultural es a la cultura lo que la identificación es a la identidad, es decir el elemento dinámico y dinamizador. La cultura se construye a partir de la dimensión cultural que es lo que capta y experimenta la diferencia, de modos y estilos de vida que viven en el mundo. Asimismo da cuenta de la producción y reproducción del sentido y del sin-sentido, en tanto que ámbitos se construyen de forma dialógica, en el reconocimiento del otro como diferente. La movilidad de la diferencia produce el sentido social este no puede ser pensado como algo definido de una vez por todas, sino como consecuencia de la confrontación con la diferencia.

La dimensión cultural es el dispositivo imaginario – simbólico que permite la inserción del sujeto en el mundo de la vida.

3.4. *Lo simbólico y lo imaginario*

Lo simbólico muy sintéticamente significa producción de discursos y de textos, estructuras narrativas abiertas que a su vez significan interpretables. Lo simbólico es lo que se encarga de generar el sentido, de crearlo. Se expresa sobre todo en y con el mundo de la palabra. En este ámbito no se coloca sólo en el nivel denotativo, es decir de diccionario, sino en las formas del discurso que puede ser ideológico o mítico, o también en el hacer-decir de los ritos y del arte. Es necesario recalcar aquí que el sentido no está instalado en las cosas, enunciados o

textos. El sentido se genera a partir del proceso de producción de significación actuado por un intérprete.

De lo imaginario podemos decir con Kristeva J. (1993) que es “la representación de estrategias de identificación, introyección y proyección que movilizan la imagen del cuerpo, las del yo y del otro”. Según (m) Morin E. lo imaginario es la coincidencia de la imagen con la imaginación. Coincidencia significa que sólo a partir del papel jugado por la imaginación, por su función, se puede constituir, elaborar y ordenar (es decir representar) una imagen. En la misma línea define imaginario el filósofo Cornelius Castoriadis (1997). Para él lo imaginario (habla de imaginario instituyente) es creación; Afirma: “es porque hay imaginación radical e imaginario instituyente que hay para nosotros *realidad* y tal realidad”. Llama imaginación radical la que crea formas, en el sentido de dar forma, de in-formar y que permite así constituir una imagen. La cual, dice Castoriadis, nunca es atómica, es decir perceptible de forma aislada, sino siempre “puesta en relación” con otras imágenes. Dicho en otras palabras, la imaginación, al menos en el sentido del filósofo grecofrancés, es el “poder de organización” de las imágenes.

3.5. *Consumos culturales*

Se entiende por consumos culturales la apropiación simbólica e imaginaria de los consumos materiales. Los consumos culturales hacen intervenir la producción y/o apropiación del sentido social, de los universos sociales de sentido. Permiten comprender, a través de los usos de los “objetos mercancías”, cómo se configuran los estilos de vida, las temporalidades adscritas, las interpretaciones de los textos producidos, en gran parte, por las industrias culturales. De Certeau M. (1987) define los consumos culturales como *poyesis* (creación) en “las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante”. Cabe recalcar que, en esta perspectiva, los consumos culturales, más allá de cierto condicionamiento de tipo socioeconómico, se presentan como transversales y transclasistas.

3.6. *Culturas juveniles*

Hablamos de culturas juveniles para evitar la limitación y reducción a la sola dimensión etaria de los jóvenes. Las culturas juveniles no tienen edades, los jóvenes sí. La concepción liminal (etapa comprendi-

da entre la pubertad y la adultez) restringe el ser joven a una época transitoria, determinada por su edad. Con la consecuente visión (adulta) además, de que mientras más rápidamente transita por esta etapa mejor será para él y para la sociedad en su conjunto. El ser joven no está determinado en su vivir cotidiano por una condición biológica como la edad. Sus formas de inscripción identitarias se dan a partir de los consumos culturales que representan dinámicas constantes de identificación. Además, el ser joven es comunitario, a diferencia del ser adulto que tiende a individualizarse. Las culturas juveniles no son visibles per se, se las puede comprender e interpretar a través del análisis de los consumos culturales y de las formas de expresión adscritas a estos; en la manera de vestirse, de ver televisión, de escuchar música o ir a la discoteca.

3.7. *Tribus urbanas*

Según Maffesoli M. (1990), que primero usa la expresión tribu urbana, se puede asistir a un cambio en la visión sociológica de la sociedad en el pasaje de la modernidad a la posmodernidad. Este autor plantea la entrada en crisis de la noción de lo social entendido como una estructura mecánica y en su lugar propone la noción de socialidad como una estructura compleja y orgánica.

Asimismo indica el declive del individuo y de la correspondiente dimensión económico-política que a este se refiere y sugiere asumir el concepto de persona, con un rol definido al interior de unas tribus afectuales y en un entorno social más amplio que es el de las masas. “La metáfora de la tribu permite, como tal, dar cuenta del proceso de desindividualización, de la saturación de la función que le es inherente y de la acentuación del rol que cada “persona”, también en el sentido latino de la palabra, está llamada a desempeñar en su seno”.

Maffesoli plantea, así la constitución de comunidades emocionales en donde el viejo vínculo social de tipo contractual ideológico y el compromiso con algún proyecto definido es sustituido por un vínculo social no racional, de tipo emotivo y estético (habla en tal sentido de una aura estética). Unas comunidades de sentimientos, que conformarían un nuevo tribalismo, con el cual se conjugan paradójicamente valores arcaicos como el localismo y la religiosidad (entendida como “religio”, “re-ligar”) y el nuevo desarrollo tecnológico del tipo Internet.

3.8. *Subjetividad*

Tenemos que aclarar ante todo que cuando hablamos de subjetividad no nos referimos a la condición del sujeto cartesiano que como sujeto metafísico se caracteriza como predominantemente transparente, absoluto y soberano. Dicho en otras palabras, el sujeto cartesiano se basa en la idea de que éste sea siempre consciente y responsable de sus pensamientos y actos. En este sentido el hombre se coloca en el centro de las cosas como fundamento último e inmutable. Además, en la concepción cartesiana, se crea la absoluta distancia y separación entre sujeto y objeto, el segundo dominado por el primero.

Es con Freud que las nociones de sujeto y de subjetividad se complejizan: ya no se habla de sujeto unitario y autoconsciente, en tanto que con la aparición de la noción de inconsciente, Freud apunta a conceptualizar un sujeto múltiple, dividido, no autónomo y más bien dependiente de factores heterónomos que derivan de la actividad del inconsciente así como de la multiplicidad de los discursos que “nos hablan” y que en definitiva dependen del otro. La subjetividad es pensada entonces como un proceso, una dinámica siempre actualizada, no estática y fundamental, no ligada a una individualidad sino producto de las relaciones sociales instituidas e instituyentes (Castoriadis C.). El espacio de los deseos, de los impulsos emotivos y de los afectos inconscientes, al ser elaborados por la dimensión simbólica del sujeto (lo cultural, y la relación con el otro) se convierte en subjetividad.

4. *Acerca de la metodología del trabajo de campo*

Dado el carácter exploratorio “impuesto” por un objeto de estudio tan complejo como las culturas juveniles, la investigación se ha desarrollado en cuatro distintos momentos de trabajo de campo para la recolección de la información. En primer lugar se ha realizado un estado del arte de los saberes de la sociedad sobre los jóvenes, luego se hizo un sondeo preliminar, a continuación una encuesta de tipo estadístico y finalmente un largo trabajo de campo de tipo etnográfico. A continuación detallaremos cada uno de estos cuatro momentos.

4.1. Criterios y fuentes para la elaboración del Estado del Arte de los saberes de la sociedad sobre los jóvenes

El presente estado del arte busca sondear, no tanto a aquellos saberes conceptuales que reflexionan acerca de la temática juvenil como un específico objeto de análisis, sino al conjunto, no necesariamente homogéneo, ni sistematizado, de las prácticas profesionales, de las formas de organización, de los lugares comunes, de los prejuicios, de las visiones ideológicas, que entran en juego en el momento en que se diseñan acciones para los jóvenes, o simplemente cuando se piensa en ellos. Incluso podríamos hablar de la expresión de un saber “in absentia”, cuando ciertas instituciones no consideran al joven como actor social, ni como un sujeto portador de una cultura propia.

A fin de cubrir de la forma más representativa, pero no exhaustiva, los ámbitos institucionales de Guayaquil, y en algunos casos de Quito, establecimos un recorrido por las siguientes instancias que dibujan un mapa de los saberes acerca de los jóvenes. En lo académico, en lo gubernamental, en lo no gubernamental, en los medios de comunicación de masas, en las librerías, y en las instituciones de la sociedad civil como son las iglesias, los partidos políticos, los clubes de fútbol, las agencias de publicidad, las empresas encuestadoras y los espacios artísticos institucionalizados.

En algunos casos particulares nos encontramos frente al problema de un difícil acceso a la información, ello debido tal vez, a ciertos recelos por parte de algunas instituciones e incluso medios de comunicación. En otros, a pesar de la ausencia de información relevante, hemos creído importante reseñar esa misma ausencia como significativa para un estado del arte que quiere recoger los saberes presentes sobre los jóvenes. Por lo que concierne a los criterios que tienen que ver con el recorte temporal de este estado del arte, que fija los límites de la actualidad de la información, decidimos sólo recabar la producida, editada, y publicada en la década de los noventa.

El detalle de lo recogido en cada nivel, se lo presenta en anexos, pues aquí nos interesa presentar lo que en general encontramos.

4.1.1. Principales hallazgos del Estado del Arte

Teníamos la sospecha, y la hipótesis demostrada luego en los hechos, que las instituciones tanto del Estado como de la Sociedad Civil,

incluyendo en ésta a los medios de comunicación de masas, asumían una interpretación sobre los jóvenes basada en criterios sicologistas, criminalistas, y “correccionistas”, es decir, una visión de un joven que hay que “re-conducir” por la senda de los ideales normativos que rigen el mundo adulto, y no en criterios formados desde una perspectiva cultural, que en cambio argumenta una lectura del joven, a través de una aproximación que más que identificar al joven como un problema social, busca comprender la dimensión cultural en función de las sensibilidades y temporalidades juveniles que se expresan en los consumos de objetos culturales.

Según los datos del INEC, la población juvenil tiene un alto ritmo de crecimiento, que la ubica como un segmento numéricamente importante de la población ecuatoriana. A pesar de ello, en general las políticas juveniles desde las instituciones del Estado, así como desde la sociedad civil, padecen de una visión poco clara sobre la necesidad de pensar sobre la juventud en tanto que sector específico de la sociedad.

Así mismo, en el reconocimiento de los saberes en juego en las prácticas operadas en los ámbitos institucionalizados que hemos recorrido, se infiere que hay una carencia conceptual en torno a la noción de joven que no sea determinada por la sola y simple condición de edad. Es más, en la mayoría de las ocasiones ni esa condición parecería tomar en cuenta a la juventud cuando se la mezcla y confunde con otros segmentos etéreos de la población, como la niñez, o cuando los jóvenes se los ve como simples miembros de las familias.

Las consecuencias de este vacío conceptual en torno a la especificidad de ser joven se muestran en toda su evidencia en las prácticas asistencialistas y paternalistas que apuntan a identificar al joven como un sujeto precario, perdido en la sociedad, y potencial delincuente. Un ejemplo típico de estas prácticas son las que llevan adelante las fuerzas de seguridad. Esta cosmovisión institucional que hemos descrito, encuentra su motivación y energía “correccionista” en los deseos de incorporar al joven “desviado” y marginal a las normas que rigen el mundo adulto, para el cual el joven no existe sino a condición de ser un protagonista de una transición que lleva de la niñez a la madurez, y esto a su vez, impide pensar en acciones desde los jóvenes recogiendo sus saberes y sus sentires.

La información hallada sobre las organizaciones que trabajan con jóvenes, evidencia que hay discontinuidad en el tiempo, especial-

mente en los programas gubernamentales. También descubrimos que tanto en los organismos gubernamentales como en las ONG's hay una fragmentaridad en la información que se maneja respecto a los jóvenes. Se realizan estudios que en ciertos aspectos repiten elementos ya explorados por otros. Algunos de los estudios solo recogen descriptivamente lo que los jóvenes dicen y sus marcos interpretativos se nutren todavía de visiones sicologistas de la juventud.

Con respecto a los medios de comunicación de masas, la información que manejan en torno a los jóvenes para producir sus objetos comunicacionales, la extraen del Internet, de otros medios, y de los mismos jóvenes. Esta información será relevante a condición de poder captar a los jóvenes como consumidores de sus productos. Por ejemplo, la prensa escrita, en la cual incluimos tanto los diarios nacionales como las revistas juveniles, evidencian un tratamiento de la temática juvenil muy dependiente del mercado. Es decir, el interés por los jóvenes de la mayoría de los medios escritos, depende del potencial comercial que posean los temas juveniles. Si se da, como en el caso de las revistas juveniles, un déficit económico, esas revistas no se sostienen en el mercado. Otro condicionamiento no manifiesto de la prensa escrita para asumir los intereses del sector juvenil, es el control que ejercen los adultos –a nivel editorial-, de los temas, de los tratamientos, y de los manejos que los mismos jóvenes efectúan cuando son delegados a organizar las páginas, o las secciones dedicadas a su cultura y a las formas de vivirla.

Cabe resaltar que los tópicos que la prensa escrita publicita sobre y desde los jóvenes indican áreas de intereses que muestran un saber y unas problemáticas sobre la sexualidad, los consumos culturales (la música, la moda, etc.) y las sensibilidades juveniles en torno a la ciudad, a la política, a la religión. En relación con la televisión, esta se muestra como el medio que más revela una mirada sobre lo juvenil, cargada de prejuicios adultos. Los noticieros, por ejemplo, presentan a la juventud como un actor en pugna con la ciudad, o con el orden cultural establecido, mostrando así, una inconformidad adulta con el ser joven. En otras ocasiones, el joven es objeto de los análisis de los especialistas invitados a un panel, que en tono aleccionador discurren sobre los comportamientos juveniles. En el caso de los programas musicales, la televisión escenifica a un joven siempre divertido, despreocupado y fútil, consumidor de toda la parafernalia que las industrias culturales ofrecen, y básicamente inmaduro.

Por último, todos los medios reseñados en este estado del arte se caracterizan por la poca inversión de recursos económicos y humanos para una investigación de las audiencias juveniles, y el único saber que poseen se basa en los datos de las agencias de publicidad y en los índices de sintonía que entrega periódicamente una empresa de audiencias.

4.2. Características de los grupos sondeados y naturaleza del sondeo

Durante abril y mayo de 1998, se realizaron diversos tipos de sondeos con jóvenes de la ciudad de Guayaquil, a fin de recopilar información que permitiese definir el foco del estudio sobre “culturas juveniles”, la población a ser estudiada, y los aspectos de orden temático a ser considerados posteriormente en el diseño definitivo de la investigación. Esta etapa se la cubrió a través de conversaciones individuales, grupos de discusión y grupos focales. La distinción entre grupos de discusión y grupos focales radica en que en los primeros la dinámica es más libre, el investigador tiene una intervención poco directiva. En los segundos hay una conducción más explícita con preguntas más focalizadas. A continuación se presenta un cuadro que resume los tipos de sondeo realizados, los lugares donde se los realizó y los tipos de jóvenes abordados:

En la mayoría de los casos los jóvenes permitieron que se graben las entrevistas.

Los sondeos fueron variados en cuanto a los aspectos abordados aunque el foco central de todos fue alrededor de los consumos culturales y su mundo de relaciones.

4.2.1. Resultados del sondeo y reflexiones sobre los mismos

Hay varios elementos que están presentes en todos los jóvenes sondeados: uno es la festividad que liga la música, el baile, los amigos y la posibilidad de encuentros amorosos/sexuales. También hay elementos comunes en el mundo de las relaciones con los adultos. Existen ciertas diferenciaciones en los consumos culturales de los jóvenes en función de factores como el género, la condición socioeconómica y las valoraciones simbólicas atribuidas. Las iremos señalando en cada caso, cuando resulte pertinente.

En general, la música es un elemento central a todos los grupos sondeados. La diversidad se da en la preferencia de los géneros musi-

Características de los jóvenes	Tipo de sondeo	Lugar	Nº Participantes
Jóvenes de clase media-alta, entre 24 y 28 años, todos trabajan, ya no estudian.	Grupo de discusión	Bar	2 hombres 2 mujeres
Jóvenes de clase media-alta, entre 19 y 21 años, todos estudian en la universidad, son solteros y comparten la predilección por el rock y música alternativa.	Grupo de discusión	En casa de uno de los participantes	Hombres
Jóvenes de clase media y baja, entre 20 y 23 años, estudiantes de Ciencias Naturales de la Universidad Estatal. Todos son integrantes de una agrupación ecológica (calypso III). La mayoría no son de Guayaquil sino que vienen de ciudades pequeñas.	Grupo focal	En la Universidad	3 hombres 3 mujeres
Adolescentes entre 13 y 16 años, de clase baja, todos estudian en colegio, son vecinos de barrio. Dos trabajan.	Grupo focal	En una calle de su barrio	8 hombres
Adolescentes entre 14 y 17 años, de clase baja, todas estudian en colegio, son vecinas de barrio. Ninguna trabaja.	Grupo focal	En una calle de su barrio	6 mujeres
Adolescentes entre 14 y 18 años, de clase baja, todos estudian y pertenecen a los clubes juveniles del PMT. Ninguno trabaja.	Grupo focal	En su barrio	3 hombres 3 mujeres
Adolescentes entre 13 y 17 años, de clase media alta, todos estudian en el mismo colegio y pertenecen a un grupo de teatro. Ninguno trabaja.	Grupo focal	En el colegio	3 hombres 3 mujeres
Jóvenes entre 18 y 21 años, de clase media y media-baja. Son estudiantes del preuniversitario de la ESPOI entre hombres y mujeres	Grupo focal	En la universidad	Total: 15
Jóvenes integrantes de una banda de Rock	Entrevista	En un bar	2 hombres

cales, en las situaciones y lugares en las que se consume y en el significado atribuido a ella.

La música es un “fondo” permanente de la vida de los jóvenes: la escuchan cuando están entre amigos, en el carro o en el bus, en los bares, cuando hacen deportes, con el *walkman*, la radio o el *CD stereo*.

En los jóvenes de clase baja de ambos sexos, la música más comercial y de moda (salsa, merengue, *house*, *reggae*) es la preferida para escucharla en cualquier circunstancia: solo o en compañía de amigos, para verla en TV, para bailarla en fiestas y discotecas. Sin embargo, afloraron diferencias en cuanto a cómo se relacionan con la música: los hombres prefieren escucharla más que bailarla; le dan importancia a la letra, la relacionan con sus propias experiencias. Por su lado las mujeres recrean fantasías amorosas o el ser “estrella” en la música y le sirve de motivo para socializar con sus amigas.

Para los adolescentes de clase media alta, la salsa, el merengue o el *house* son géneros sólo para bailar. Los jóvenes que tienen preferencias musicales que no están ampliamente extendidas (*Rock*, *jazz*, *heavy metal*) - que generalmente son de clase media y alta - desprecian la música de moda. Para los rockeros, en particular, el *rock* forma parte de su identidad, explícitamente definida por su diferencia con los demás. Existe un vínculo afectivo fuerte con los que comparten los mismos gustos musicales. Ellos ven al resto de jóvenes guayaquileños como consumistas, discotequeros, belicosos, preocupados sólo por las apariencias y el exhibicionismo.

Un elemento en conexión directa con la música y presente en todo tipo de chicos es el baile. Para los adolescentes de clase baja es un poco la actividad obligada para relacionarse con las chicas. Para las muchachas es un elemento directamente asociado a la música. Practican los nuevos pasos frente al televisor o con amigos. Jóvenes de clase media, que se auto-reconocieron como gogoterías, ven en el baile una forma de exhibición y ser vistas por los demás.

Los amigos tienen un lugar preponderante en lo que es compartir espacios de entretenimiento. Para los adolescentes, con los amigos se confabula para engañar a los padres y poder divertirse juntos. Con ellos consumen alcohol, ven televisión, escuchan música, se reúnen en casas y conversan, salen a comer, van a centros comerciales, organizan fiestas, van al cine.

Para las adolescentes de clase baja la amistad tiene un valor vital. Es el centro de sus vidas. Los jóvenes que están en la universidad tienen espacios de diversión más restringidos con los amigos: van al cine, a comer, a bares y a discotecas. Una diferencia marcada entre adolescentes y jóvenes está en los lugares en que más comúnmente bailan y buscan entretenimiento con gente del sexo opuesto: los adolescentes van más a fiestas y muy poco a discotecas. Los de mayor edad por el contrario, se divierten casi exclusivamente en bares y discotecas.

La exploración de la diada: amigos-consumos culturales, permitió vislumbrar la existencia de un fuerte sentido de pertenencia grupal entre los jóvenes. Éste en algunos casos, como el de los chicos de clase media-alta, se expresa en los lugares que frecuentan (bares y discotecas de Urdesa), sus formas de vestir (sobria frente a los colores estridentes de los “cholos”) y la familiaridad que existe entre los “miembros” del grupo. Existe todo un conjunto de códigos y normas implícitas que marcan la distinción entre ellos y los otros (los “cholos”). En el caso de los otros jóvenes también en los tipos de consumo y con quienes se consume, se evidenciaron marcas distintivas de pertenencia a un grupo con el que se comparten valores, gustos y experiencias vitales: causas sociales y civiles (como el grupo ecológico), la música (que supone compartir opiniones y visiones de la vida, como en el caso de los rockeros o alternativos), o situaciones de enfrentamiento y violencia (pandillas).

Un rasgo particular de la camaradería masculina es el espacio que comparten practicando algún deporte, principalmente el fútbol. En el caso de los adolescentes de clase media-baja, es el centro de su vida, lo que justifica juntarse con otros chicos. La práctica de los deportes tiene un carácter casi ritual: hay días, horas, compañeros fijos para jugar.

El discurso sobre las relaciones con el otro sexo es muy variado. En unos casos está cargado de prejuicios y agresividad: los “alternativos” ven a las mujeres como superficiales, interesadas en el dinero, que no piensan, que sólo buscan exhibirse con “pinteros” y “aniñados”. Los chicos de clase media alta se refieren a las mujeres como “hembras”, “tipas”, y hay un criterio primariamente de orden sexual (y racial) para juzgar el valor de una mujer desconocida. Establecen en qué condiciones tendrían relaciones sexuales con ellas: según su apariencia física, es decir, si es linda y no es “chola” o negra.

Los jóvenes de clase media y media-baja señalan que no hay que desperdiciar la oportunidad de “vacilar” a varias mujeres al mismo

tiempo, si ellas se “ofrecen”. Dicen: “el hombre es hombre y si te dan el chance no tienes porque quedar mal”. Ponen en evidencia que en esto está en juego su sentido de hombría.

En el discurso de los hombres aparecen las clásicas distinciones entre tipos de mujeres: las novias “titulares” (léase intocables, respetables, casi santas) y las otras, las “descaradas”, las fáciles. En este segundo grupo aparece un tipo de chicas mencionado por diversos grupos: las “revoleras”, que fueron definidas como chicas de clase media-baja y baja que van a sitios de diversión, particularmente a la discoteca “*Infinity*” de Urdesa, para hacer intercambio de compañía y a veces de servicios sexuales por una paga simbólica: lograr salir con un muchacho de buen aspecto, que tiene dinero para pagar los tragos y que al final la lleva a casa en carro propio o, en todo caso, al menos en taxi. Los muchachos que se relacionan con este tipo de chicas son a su vez llamados “revoleros”. Por su lado, las mujeres que no hacen parte de este fenómeno pero que lo conocen, se cuidan de no ser clasificadas como “revoleras” evitando ir a los lugares de “revoleo”:

“No puedes admitir que tú sigues yendo a *Infinity*; puedes decir que has ido (*antes de que se convierta en lugar de revoleo*), pero ya no vas, porque si no te haces la fama de revolera, y te jodiste”. (Chica de clase media-alta).

El fenómeno del revoleo expresa el carácter altamente codificado - y estigmatizado - de ciertos consumos sexuales que están articulados, en el discurso y en el ritual de su realización, por la lógica masculina que define cuál es el lugar del hombre y el de la mujer en estos casos.

En términos de cómo se ve al sexo opuesto, las mujeres expresan una idea menos brutal de su relación con los hombres: no ponen como condición la buena apariencia física. Las adolescentes de clase baja tienen una idea muy romántica del amor, alimentada por la ficción de películas y telenovelas, y plantean una distinción neta entre el amor y la pura búsqueda de placer sexual. No dejan de estar conscientes de la valoración que tienen los hombres de ellas: “hay chicos que no toman en serio a las chicas, que se burlan de ellas; las toman como pasatiempo. (Carla, 17 años)”

En cambio, las adolescentes de clase media-alta tienen una visión un poco más cínica de la relación con los hombres: admiten la posibilidad de una relación puramente sexual como algo válido. Ellas dis-

tinguen tres categorías de relación que denotan diversos grados de formalidad de la relación: tener novio, tener enamorado y sólo “vacilar”.

Los padres y los adultos aparecen como los censores de los actos y cuidadores de la integridad de los jóvenes. La referencia a los padres naturalmente es mayor en todos los grupos de adolescentes y particularmente en las mujeres que son las que sufren mayor control por parte de los padres. Las adolescentes de clase baja y alta comparten el hecho de que tienen que mentir o dejan de decir “algo” a sus padres, para poder tener sus espacios de recreación y hacer aquellas cosas “prohibidas” por sus padres: ir a discotecas, beber, fumar.

Los chicos “alternativos” y rockeros admiten tener puntos de fricción con sus padres y otros adultos por su manera de vestir, sus amigos, sus gustos. Sienten que les imponen sus puntos de vistas o los juzgan a partir del prejuicio de que los rockeros son vagos, drogadictos, malas personas.

En los adolescentes de clase baja se dio una diferencia particular en la valoración de lo que implica llegar a ser adulto. Los varones no quieren llegar a ser adultos porque ello supone la responsabilidad de mantener a otros, resolver problemas. Las mujeres en cambio ansían llegar a ser adultas para tener más libertad y autonomía.

Hubo aspectos sondeados parcialmente como fue el consumo de televisión, cine/películas, libros, radio.

En el caso de los grupos en que se sondeó la lectura, aparece que se lee poco el periódico, y en los limitados casos que señalaron que sí leen, mencionaron libros de auto-ayuda y novelas de moda.

En cuanto a la televisión, los adolescentes de clase baja de ambos sexos coincidieron en cuanto al consumo preferido: programas musicales y películas de acción. Adicionalmente, las mujeres tienen un consumo importante de telenovelas. Llegan a ver hasta 3 y 4. Ellas reconocieron que los argumentos de muchas telenovelas son simples e inverosímiles (la doméstica que se casa con el patrón), pero mencionaron que el tema del amor y el que el actor principal sea guapo, es lo que las captura como consumidoras de telenovelas.

Las preferencias expresadas en cuanto a estaciones de radio coinciden con los estudios de medios que señalan cuál es el tipo de preferencias de los jóvenes.

4.2. La encuesta estadística

Al fin de obtener una cobertura amplia y de alguna manera representativa, la investigación optó para realizar una encuesta de tipo cuantitativo -estadística por medio del suministro de cuestionarios a una muestra previamente seleccionada (ver cuadros)- de 500 jóvenes distribuidos por sexo, edad, proporcionalmente por sector socioeconómico y por estar (70%) o no (30%) incorporados al sistema educativo formal. La captación de los datos fue realizada entonces en las primeras dos semanas de agosto en los colegios y algunos lugares “estratégicos” (calles y esquinas) en los que se concentran grupos de jóvenes no escolarizados.

La elaboración del cuestionario estuvo a cargo del equipo de investigación principal, mientras que la puesta en práctica de la encuesta (recolección de datos, codificación, procesamiento y elaboración de porcentuales y cruces de variables) estuvo a cargo del personal del INEC (Instituto nacional de estadísticas y censos) bajo la supervisión del equipo investigativo, además tuvo a cargo el tratamiento de los datos obtenidos.

4.2.1. Cuadros de la muestra

SEXO	Cantidad	Porcentaje
HOMBRES	304	60.8
MUJERES	196	39.2

SEXO	Cantidad	Porcentaje
HOMBRES	193	Hombres entre 13 y 16 años
MUJERES	141	Mujeres entre 13 y 16 años
HOMBRES	111	Hombres entre 17 y 20 años
MUJERES	55	Mujeres entre 17 y 20 años

Estrato	Nombre	Universo
A	Alto	16
B	Bajo	366
M	Medio	118

Estudios	Cuenta
HOMBRES	370
MUJERES	130

4.2.2. *El cuestionario*

Dado el enfoque culturoológico de la investigación, las categorías analíticas que han guiado la elaboración del cuestionario (ver anexo) han apuntado a explorar los siguientes ámbitos de consumo:

- 1) Medios de comunicación
- 2) Moda, ropa, marca
- 3) Música
- 4) Cine
- 5) Diversión y respectivos lugares
- 6) Deporte
- 7) Drogas, alcohol
- 8) Relaciones sociales
- 9) Ciudad y territorio urbano
- 10) Tecnologías
- 11) Dinero

4.2.3. *Inconvenientes en la realización de la encuesta*

La encuesta ha sufrido algunos inconvenientes debidos fundamentalmente a:

- 1) Defectos en el diseño de la muestra a la hora de respetar los criterios señalados de proporcionalidad por sector socioeconómico y de escolaridad o no de los jóvenes encuestados. En un segundo momento, se pudo corregir, a través de un nuevo diseño de la muestra (ver cuadro), el problema ocasionado por la falta de proporcionalidad, reduciéndola de 100 unidades (pasando de 500 a 400 entrevistados).
- 2) Incoherencias en la aplicación y captura de la información. Este inconveniente tal vez se produjo por el poco entrenamiento del personal del INEC en encuestas de esta naturaleza. En efecto, por ejemplo, muchas preguntas necesitaban ser formuladas al entrevistado con la ayuda explicativa del entrevistador, algo que en muchos casos no ha sucedido.
- 3) Incomprensiones a la hora de elaborar los porcentajes y los cruces de variables que ha determinado un cierto retraso en el tratamiento y comentario de la información.

4.2.4. Cuadro de la muestra corregida

NOMBRE	CUENTA	
Alto	11	
Bajo	291	
Medio	98	
SEXO	CANTIDAD	NOMBRE
1	143	Hombres entre 13 y 16 años
2	141	Mujeres entre 13 y 16 años
1	61	Hombres entre 17 y 20 años
2	55	Mujeres entre 17 y 20 años
SEXO	CANTIDAD	PORCENTAJE
1	204	51
2	196	49
Estudios	CANTIDAD	
1	300	
2	100	
Trabajos	CANTIDAD	
1	130	
2	270	

4.2.5. Limitaciones de la encuesta

Las podríamos dividir en dos ámbitos. El uno tiene directa relación con los inconvenientes arriba señalados, que además de los retrasos han comportado un uso muy parcial de los resultados de la encuesta. El otro ámbito tiene que ver con limitaciones “intrínsecas” de las encuestas cuantitativo - estadísticas en general, y sobre todo como metodología e instrumento de captación de información, que, como en el caso de la investigación culturas juveniles, es principalmente cualitativa. Valga tal vez la anotación, en tal sentido, de que herramientas metodológicas y técnicas de este tipo son altamente insuficientes a la hora de ser aplicadas a investigaciones en torno a la dimensión cultural, con su específica complejidad, como a la que nos hemos enfrentado. Dicho en otras palabras, hemos podido comprobar, una vez más, que un porcentaje no puede permitir la generación del sentido de ciertos fenómenos culturales, lo que este dato hace es precisamente discriminar y “ha-

blar” por generalidades (determinadas por mayorías) en las cuales es muy difícil rescatar el sentido. A pesar de lo anterior, hemos incorporado en ciertos capítulos – con las reservas del caso – resultados de la encuesta que a nuestro entender contribuían a una mejor comprensión del tema en discusión.

4.3. Metodología cualitativa

4.3.1. Aproximaciones conceptuales

Para cualquier profundización del tema remitimos a la lectura de Taylor y Bogdan (1996).

Ante todo es oportuno referirse a una distinción entre dos visiones, la una positivista y la otra fenomenológica que conllevan diferenciar entre metodología cuantitativa y cualitativa en la investigación social.

Visión positivista: Busca hechos o causas de los fenómenos sociales con independencia de los estados subjetivos. Los hechos sociales deben ser tratados y estudiados como “cosas” (Durkheim).

Visión fenomenológica: Busca entender o comprender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor; los hechos y la realidad que importan son los que las personas perciben como importantes.

Cada una de estas visiones comporta diferentes métodos y técnicas de observación y análisis social. La positivista busca determinar causas a través de cuestionarios y estudios demográficos y estadísticos, en otras palabras, emplea métodos cuantitativos que generan datos estadísticos.

La fenomenológica, por su parte, busca la comprensión por medios de métodos cualitativos como la observación participante y la entrevista a profundidad, que generan datos descriptivos.

Los datos cuantitativos apuntan a ser confiables representativos y hasta reproducibles.

Los datos cualitativos apuntan a ser válidos (es decir tener valor de comprensión) y significativos.

Las características de la investigación cualitativa son:

- 1) *Inductiva*: Los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible, incluido su marco conceptual, el mismo que será

constantemente “alimentado” y posiblemente corregido a partir de la recolección de los datos de campo. Lo inductivo quiere decir que de los datos nos remontamos a las teorías y los conceptos y no al revés (deductivo).

- 2) *Holística*: Los investigadores consideran las personas que observan como un todo, es decir, no son reducibles a variables independientes sino que hay que efectuar la observación en el contexto en donde actúan, teniendo en cuenta factores como el pasado y el presente.
- 3) *Interactiva*: Característica fundamental, es la capacidad del investigador de interactuar con las personas que quiere comprender. Tiene que hacerlo entrando en amistad y en confianza con su interlocutor, de ahí que la observación se diga participante. Muy importante es tener el control y el provecho de los elementos de intrusión (que son de interacción y solicitud) del investigador: como no se pueden eliminar, hay que aprovecharlos.
- 4) “*Neutral*”: Los investigadores en lo posible deberían tratar de suspender, en las observaciones, los juicios de valor o creencias. Deberían mantener en este sentido la mayor apertura hacia comportamientos nuevos inusuales y tratar de entenderlos y no juzgarlos. De ahí que para el investigador todas las perspectivas sean válidas, no busca la verdad lo justo o lo bueno, busca comprender las perspectivas de otras personas muchas veces diferentes a él. Por ejemplo la delincuencia juvenil es un tema válido como la justicia. Con los estudios cualitativos se intenta inclusive dar voz a los que normalmente no son escuchados socialmente.
- 5) *Artística*: El observador es un poco como un artista que inventa constantemente su método de observación; obviamente sigue algunos lineamientos generales, pero, en la marcha va afinando sus instrumentos de recolección de datos descriptivos.

El método cualitativo se alimenta de dos fuentes teóricas fundamentalmente: el interaccionismo simbólico y el método etnográfico.

Del primero, la importancia que revisten los significados sociales (compartidos) que las personas asignan a las cosas del mundo que las rodea. Las personas actúan con las cosas y con las otras personas a partir de los significados que se instauran para las cosas mismas. El significado o el sentido de determinada cosa, acto o comportamiento, se

establece socialmente, es decir, se desarrolla a partir de los modos con los que otras personas actúan o se refieren a ella o a él. Una persona aprende de las otras personas a ver el mundo.

Los actores asignan significado o sentido a las cosas, a otros actores y a sí mismo a través de un proceso de interpretación (el uso de códigos establecidos culturalmente).

El método etnográfico trata de dar cuenta del sentido común de los grupos que estudia. En otras palabras trata de entender cómo las personas emprenden la tarea de ver, describir y explicar el orden en el mundo en el que viven. Este método proviene de la tradición de estudios antropológicos y en particular del antropólogo británico Malinowski.

4.3.2. El desarrollo de la investigación cualitativa y las técnicas usadas

Para poder optimizar las observaciones participantes en el trabajo de campo etnográfico y evitar los problemas relacionados con el establecimiento del rapport (mutua confianza entre observador y observado), se ha decidido formar y entrenar a un grupo de jóvenes en calidad de etnógrafos, para que sean ellos los que efectuaran las observaciones y algunas entrevistas. En el anexo se encuentra la estructura y los contenidos del curso-taller de formación de seis jóvenes etnógrafos, dos para cada sector socioeconómico: alto, medio y bajo. A continuación va el cuadro relativo a las observaciones efectuadas en el que constan los nombres de los etnógrafos, los grupos de jóvenes, lugares o situaciones observadas y el número de registros, y seguido va el cuadro de las entrevistas realizadas, en el que constan la fecha, la persona entrevistada y, de forma sintética, los temas tratados. Hay que notar que en este cuadro constan también algunas entrevistas realizadas a los mismos etnógrafos por parte de los investigadores principales, con el objetivo de aclarar y, a la vez, aprovechar alguna información contenida en sus reportes. Así mismo hay que señalar que en los cuadros no constan otras valiosas informaciones provenientes de algunos estudios realizados por los estudiantes de la Escuela de comunicación Mónica Herrera, en el ámbito y desempeño de la cátedra de investigación. Estos materiales se los ha usado luego de su aprobación para este fin...

Observador/a	ETNOGRAFÍAS Situaciones observadas	Nº Registros
Isabel Zambrano	Jóvenes NSE bajo: Centros comerciales, vida cotidiana en casas de jóvenes de su barrio, discotecas.	20
David Pozo	Jóvenes NSE bajo: Centros comerciales, vida cotidiana en casas de jóvenes de su barrio, discotecas.	20
Jorge Ruiz	Jóvenes NSE medio: Centros comerciales, club social, discotecas, bares, reuniones/fiestas en casa de amigos, kermesse de un colegio.	15
Verónica Saucedo	Jóvenes NSE medio: Centros comerciales, club social, discotecas, reuniones/fiestas en casa de amigos, kermesse de un colegio.	10
Tina Zerega	Jóvenes NSE medio alto y alto: Centros comerciales, patios de comida, salas de video-juego, clases de colegio secundario, kermesses de colegios.	20
María Isabel Manrique	Jóvenes NSE medio alto y alto: Centros comerciales, sala de video-juego, convivencia y clase de colegio secundario, discotecas, bares, reuniones/fiestas en casa de amigos.	10
Cindy Chiriboga	Jóvenes de distinto NSE: conciertos de <i>rock</i> , tiendas de <i>rock</i> , rave de <i>techno</i> -música, eventos artísticos, fiesta de adolescentes.	11

Fecha	ENTREVISTAS REALIZADAS A JÓVENES Personas/temas/modalidad
Oct. 21/98	3 chicos de NSE medio-bajo de la barra de fútbol "Sur Oscura" del Barcelona, que también son fanáticos del <i>rock</i> . Entrevista grupal para recabar su experiencia con la barra, el <i>rock</i> y sus otros consumos culturales.
Oct. 28/98	1 chico de NSE medio, de 20 años, fanático del Internet. La entrevista se centró en su experiencia en Internet y sus otros consumos culturales.
Oct. 30/98	4 chicos de 14-16 años, de NSE, medio fanáticos del <i>rock</i> . Entrevista grupal para recabar su experiencia con el <i>rock</i> y sus otros consumos culturales.
Oct. 30/98	1 chico de NSE medio-bajo, de 21 años, integrante de la barra de fútbol "Boca del Pozo" del Emelec. La entrevista recabó su experiencia con la barra y sus otros consumos culturales.
Nov. 5/98	1 chico de NSE medio-alto, frecuentador de <i>Infinity</i> . La entrevista recabó su experiencia como revolero y sus otros consumos culturales.
Nov. 10/98	1 fanático del <i>techno</i> -gótico. La entrevista tenía como objetivo adentrarnos en la comprensión de este género musical y sus puntos de contacto y divergencia con otros géneros.
Dic. 10/98	1 chico de 25 años, cantante de un grupo de <i>rock</i> . La entrevista se centró en su experiencia como rockero y sus otros consumos culturales.
Dic. 15/98	María Isabel Manrique (etnógrafa del proyecto en NSE medio-alto y alto). La entrevista buscó ampliar la comprensión de lo presentado en sus notas de campo.
Ene. 13/99	Tina Zerega (etnógrafa del proyecto en NSE medio-alto y alto). La entrevista buscó ampliar la comprensión de lo presentado en sus notas de campo.

ENTREVISTAS REALIZADAS A JÓVENES	
Fecha	Personas/temas/modalidad
Ene. 13/99	Isabel Zambrano (etnógrafa del proyecto en NSE bajo). La entrevista buscó ampliar la comprensión de lo presentado en sus notas de campo.
Ene. 15/99	Verónica Saucedo (etnógrafa del proyecto en NSE medio). La entrevista buscó ampliar la comprensión de lo presentado en sus notas de campo.
Ene. 15/99	Una joven de NSE medio de 22 años que fue cantante de un grupo de <i>rock</i> . Se exploró esta experiencia y sus consumos.
Ene. 18/99	Jorge Ruiz (etnógrafo del proyecto en NSE medio). La entrevista buscó ampliar la comprensión de lo presentado en sus notas de campo.
Ene. 18/99	1 joven de NSE medio-alto de 22 años. La entrevista exploró el consumo de marcas.
Ene. 22/99	1 chico de NSE medio de 16 años, fanático del <i>rock</i> . La entrevista exploró el consumo de marcas y modas en relación a su adhesión al <i>rock</i> .
Ene. 25/99	2 chicas de NSE medio-bajo de 22- 23 años. Las entrevistas exploraron sus consumos culturales y los sentidos construidos alrededor de ellos.
Mar. 1º/99	1 chica de 19 años de NSE medio, fanática del <i>rock</i> . La entrevista exploró esta predilección por el <i>rock</i> , otros consumos y su visión de mundo.
May. 20/99	1 chica de 15 años, de NSE medio-bajo, fanática de programas concurso de baile de la televisión. Se exploró este y otros consumos.

Todo el trabajo de campo etnográfico duró aproximadamente tres meses, aunque alguna entrevista se prolongó hasta casi la culminación de la investigación. Luego se pasó a la fase de la codificación tanto de los registros (de las observaciones) como de las entrevistas, previamente desgrabadas.

Las categorías de codificación que, a su vez, han sido posteriormente sintetizadas en las de análisis y de interpretación, están resumidas en el siguiente cuadro. Estas categorías son el fruto, por un lado, de los resultados arrojados por el sondeo preliminar, por el otro, de seis meses de estudios, debates y reflexiones desarrollados por el equipo de investigadores principales en sus reuniones periódicas y en el ámbito de los talleres de trabajo mensuales que estuvieron a cargo del asesor internacional Germán Muñoz y que vieron la participación del equipo ampliado: investigadores principales más colaboradores. Además, algunas categorías de codificación emergen a partir, precisamente, del examen, detallado de los registros etnográficos, confirmando así el enfoque, que hemos definido abductivo, de la metodología empleada. Finalmente cabe señalar la constante revisión de estas categorías, lo que nos ha llevado a múltiples cambios acordes con las exigencias que mano a mano se venían presentado en el transcurso de la investigación.

4.3.2.1. Cuadro sintético de las categorías de codificación

MÚSICA: Consumo: {
 Rock
 Rap
 Reggae
 Hip-Hop
 House
 Techno-merengue
 Techno-gótico

Como expresión para el baile

TECNOLOGÍA: Consumo de objetos tecnológicos

LENGUAJES: Enunciaciones y enunciados

ESTÉTICA: Ropa, moda, marca, cuerpo

ESCENARIOS: {
 Territorio/ciudad
 Discoteca
 Casa
 Socialización: consumo de licor

SEXUALIDAD: {
 Revolerismo
 Relaciones hombre-mujer amistad
 Rituales de seducción

VALORACIONES: {
 “sapada”
 Costumbres
 Imaginarios sociales
 Público
 Dinero
 Adulto

CUERPO:	{	Condiciones socioeconómicas Baile Moda (marca) Proxémica Piel (superficie, color, tatuajes)
SOCIALIZACIÓN:	{	Tribu/ recorridos/ territorios/ visibilidad/ Revoleo Familia Dinero Lenguajes Pandillas, naciones, drogas, alcohol
CIUDAD:	{	Recorridos (hábitos) Imaginario urbanos Atmósferas/lugares de convivencia Visibilidad Territorios
IMAGINARIOS:	{	Mundo adulto Dinero Posesión de objetos
SUBJETIVIDAD:	{	Conflictos /éticas Valores/moral Valoraciones/éticas Síntomas
GÉNERO:	{	Imaginario sobre ser hombre-mujer Distinciones en los placeres “ las valoraciones “ los consumos “ la socialización “ vivencias del cuerpo

RELIGIÓN: { Prácticas
Valoraciones
Ritos

4.3.2.2. Las categorías de análisis sintetizadas

- 1) CUERPO
- 2) MÚSICA
- 3) SOCIABILIDAD
- 4) ENFOQUES DE GÉNERO

BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, J.M.

- 1987 *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
1998 “Jóvenes: Des-orden cultural y palimpsestos de identidad”, en *Viviendo a toda*, Bogotá, Siglo del hombre editores.

BETTETINI, G. Colombo, F.

- 1994 *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.

CALABRESE, O.

- 1995 *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra.

CASTORIADIS, C.

- 1997 *Ontología de la creación*, Bogotá, Ensayo y Error.

DE CERTEAU, M.

- 1987 *La invención de lo cotidiano*, Universidad Iberoamericana.

GARCÍA Canclini, N.

- 1988 *Culturas híbridas*, México, Grijalbo.

AMERIO, P. Ghiglione, R.

- 1986 *Cambiamento sociale, sistemi di rappresentazione e identità di Attori vs. Agenti sociali*, en *Giornale Italiano di psicologia* no. 13.

KRISTEVA, J.

1993 *Las nuevas enfermedades del alma*, Madrid, Cátedra.

LOTMAN, I. M.

1996 *La semiosfera*, Madrid, Cátedra/Frónesis

MAFFESOLI, M.

1989 *El tiempo de las tribus*, Barcelona, Icaria.

MORIN, E.

1990 *El paradigma de la complejidad*, Barcelona, Gedisa

TAYLOR, S.J. y Bogdan, R.

1996 *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Barcelona, Paidós.

JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

¿Por qué investigamos?

“Nuestros saberes acerca de los jóvenes son incipientes, limitados y sesgados. Para salir de los tópicos y lugares comunes, de las miopías y falsas seguridades hay que hacer investigación”.

Germán Muñoz

Al final del “siglo del progreso” el Estado Ecuatoriano sufre las dificultades de la aplicación del régimen de adelgazamiento modernizador y la sociedad civil soporta la obesidad de sus problemas irresueltos dentro de un ánimo de resignada frustración y poca fe en el futuro. En este contexto de crisis generalizada el Programa del Muchacho Trabajador (PMT) previó la necesidad de investigar a la población juvenil, su “materia prima”, porque intuía que en ella estaban concentradas las formas del cambio planetario con todo el bagaje de esperanzas y amenazas que estos cambios significarán para las sociedades del siglo XXI, y en especial para los países de América Latina.

Con el tiempo la institución notó que sus chicos crecieron en edad y tamaño, pero no se podía observar a simple vista cómo se forjaban sus mentalidades a partir de las transformaciones de lo social, qué imaginarios estaban construyendo para proyectar sus expectativas de vida, cómo viven los ideales y los temores que la mundialización de la cultura despierta. Intuía que pese a la crisis endémica, la sociedad cambiaba, pero no sabía hacia donde se dirigirían esos cambios. Había que elaborar una nueva cartografía de un territorio que en pocos años se había vuelto irreconocible para orientar la acción con responsabilidad social. se postergó entonces la pregunta por el hacer inmediato para hacerse antes la pregunta por el saber, el de los jóvenes.

Esta reflexión llevó al PMT a considerar que debía emprender una estrategia comunicativa, que partiendo de una investigación radicalmente diferente a las establecidas en el medio, pueda legitimar a los jó-

venes como actores y protagonistas sociales válidos en la resolución de los problemas que tanto agobian a la nación. Para lograr este objetivo había que hacer circular unos saberes sobre los jóvenes y sus universos de sentido, las *Culturas Juveniles*, de tal manera que se reconozcan en ellas sus cualidades distintivas con el mundo adulto, se respeten sus cosmovisiones, se comprendan sus formas de ser. De esta manera se espera que la sociedad en el debate y la apropiación de los nuevos planteamientos recambie posiciones y lugares comunes que tanto estigma y exclusión política conllevan.

¿Para qué investigamos ?

Queremos lograr la “insurgencia” de la imaginación. Desinhibir las capacidades de pensar y actuar sobre los terrenos más álgidos de la convivencia humana.

Visibilidad

El objetivo central de la investigación es lograr la visibilidad de los jóvenes de Guayaquil a partir de sus consumos culturales y las comunidades de sentido que constituyen. Visibilizarlos para el Estado y la sociedad civil. Lo que implica abrir los ojos a la diferencia cultural, a la diversidad étnica, a los prejuicios ideológicos. Las instituciones públicas y privadas conocen un joven a la medida de sus certezas o supuestos, de sus escrúpulos e intereses, de sus modelos o expectativas, de sus valores o de su moral. Pero los jóvenes, desde sus prácticas cotidianas, de ocio especialmente, y desde su posición de productores y consumidores de símbolos e identidades culturales, revelan otras dimensiones del ser social, otras formas de vincularse con la realidad. Dimensiones invisibles para quienes no se interrogan por ellos.

La visibilidad de las culturas juveniles no es directa ni convencional. No se las puede ver “objetivamente”, ni se capturan a través de los números, –método este último privilegiado por el Estado–, sino que la mirada debe ser tangencial, metodológicamente mediada por herramientas interpretativas coherentes al mundo simbólico. El reto de esta investigación es describir y comprender las culturas juveniles en su movilidad y no en sus fijeas. Por ejemplo, hay un prejuicio generalizado

en la sociedad, y que los medios de comunicación reproducen escandalosamente, consiste en ver al joven como un sujeto que adolece de muchas cosas, –seriedad, reflexión, responsabilidad, conocimientos, experiencias– que lo convierten prácticamente en un “no ser”. De ahí la hegemonía de la noción de adolescente, que significa: que adolece, que le falta algo, y por ello, está en constante riesgo de caer en las redes del mal.

Los jóvenes en sus formas de juntarse y de ser marcan desde hace muchos años las tendencias de la cultura-mundo. Son el escenario de la apropiación tecnológica y el núcleo sintomático de la postmodernidad. Los jóvenes son el termómetro de los potenciales utópicos de una sociedad o del agotamiento de los mismos. En ellos podemos situarnos –como ciudad o como nación– a la hora de diagnosticar el ser socio-cultural de un país. En los jóvenes y sus mundos simbólicos podemos comprender lo que marcha y no marcha de cualquier proyecto de cambio en materia de valores, de conocimientos y de políticas. Estudiar las *Culturas Juveniles* de la ciudad puede ayudar a revelar por qué están en crisis de efectividad operativa las instituciones encargadas de promover o de proteger a los jóvenes. Además permiten mostrar a la sociedad entera el tejido “sano” y “enfermo” de la sociabilidad.

Legitimidad

La investigación será un insumo para apuntalar una nueva legitimidad que garantice al joven sus derechos de ser participe en la construcción de una ciudadanía cultural, que respete los tiempos de formación de sus identidades y los espacios de creación de sus significaciones vitales. Legitimar significa dar presencia y sostén argumentativo a las formas del ser social que las *Culturas Juveniles* enseñan, para así lograr una participación política más pertinente y efectiva. Significa saber reconocer la validez de la diferencia cultural en los proyectos colectivos. Significa valorizar las voces múltiples que los sujetos sociales juveniles promueven desde sus comunidades de sentido. Significa convalidar otros saberes alternativos al pragmatismo reinante para empezar a cambiar prácticas institucionales. Para ello esta investigación empieza a desvelar otras dimensiones de la vida social y cultural de la ciudad de Guayaquil, en la medida en que la investigación es un espacio estratégico para interactuar con la sociedad entera.

Participación

El problema de fondo es la falta de reconocimiento e inclusión social para la participación. No hay inclusión porque no hay reconocimiento del otro, sino desconocimiento, suposición, o prejuicio. Los jóvenes no quieren ser representados por quienes nada saben de ellos, sino, ser reconocidos en sus particularidades múltiples y cambiantes. Quieren tener sus espacios, no espacios prestados, donde no importa lo que digan ni hagan.

¿Dónde están los jóvenes activamente presentes? Están en los medios y en las calles. En los medios del entretenimiento y de la comunicación televisiva y audiovisual o en las calles arremolinándose sobre los “agujeros negros” de la violencia y la pauperización. En los medios se expresan a través de sus cuerpos y sus emociones, pero pueden ser víctimas fáciles de la voracidad mercantil y del conformismo ideológico o de la bulimia consumista que las industrias culturales sin reflexión provocan. La presencia en las calles en cambio combina miedos con lucha, trabajo con odio, pobreza con malestar y resignación. Estas dos realidades son fuentes de preocupación para cualquiera que piense en los cambios sociales. Si no hay otros espacios de diálogo y de sublimación, el mercado colonizará plenamente las formas de vida de nuestros jóvenes, la pobreza acabará con las tolerancias y las calles serán los escenarios de la desintegración social.

Así como la teoría pura es nociva para una práctica social transformadora porque se queda en el nivel de la abstracción intelectual solamente, el activismo puro es nocivo, porque ciego desconoce y atropella lo que ignora y es incapaz de efectuar una autocrítica. Para evitar los extremos debemos saber para comprender mejor y de esta comprensión movilizar la voluntad, la propia y la del otro.

PARA UNA ANTROPOLOGÍA DEL CUERPO JUVENIL

Mauro Cerbino

1. Introducción

Si hay una categoría interpretativa que mejor sintetiza los saberes, los sentires, los valores y la visibilidad de las culturas juveniles ésta es la del cuerpo. En ella se condensan e inscriben, como en una especie de mapa, todos los lugares significativos del recorrido performativo de los jóvenes, desde sus expresiones estéticas, en el uso de la moda o de la ropa en general, hasta la experiencia erotizante del baile. La intención de este ensayo es recorrer las distintas maneras de *habitar el cuerpo* juvenil con la advertencia explícita de que este recorrido no pretende, en absoluto, producir un trayecto y un objeto coherente, sino, más bien, un *objeto fractal*, es decir irregular, caótico, incoherente y accidentado.

El cuerpo es la matriz de la *poiesis* juvenil. La dimensión primaria de dar formas y sentidos del estar en el mundo, de asomarse a él, de ocuparlo y vivirlo creativamente. Es importante observar, en los cuerpos de los jóvenes, nuevas formas de escritura, de registros de sentido, de saberes ahí constituidos y constituyentes del vivir. La metáfora del cuerpo como un mapa da cuenta de esto.

A menudo se ha discutido que los jóvenes usan cada vez menos los recursos simbólicos de la palabra, (sobre todo la palabra escrita). Hasta se ha llegado a plantear una especie de “afasia juvenil”. ¿Debemos por ello concluir que los jóvenes no cumplen ninguna operación de mediación simbólica entre la circulación de mensajes y textos y el procesamiento de éstos en la percepción, usos y consumos como imaginarios colectivos? Creemos que no.

Manejamos la hipótesis de que el cuerpo es un lugar de enunciación, una cartografía de las mediaciones simbólicas e imaginarias del sujeto juvenil. Se trata de una cartografía compleja con una gráfica policroma (Obviamente hablamos de un cuerpo antropológico y no ex-

clusivamente físico, es decir, no como simple condición biológica, sino como una potencialidad expresiva que va actuada).

Existe el cuerpo *escrito*. Es el cuerpo de los tatuajes, de los aretes, de los maquillajes, de los colores y formas del cabello. Es el lugar de “anotación” en el doble sentido de aposición de notas y de hacerse notar, de ser “notable”. Estas formas de escritura se enmarcan en –y guardan relación significativa con– el gran fenómeno de la moda, con el vestir y la ropa de marca.

Desde nuestra perspectiva no hay diferencias entre vestir el cuerpo desde la “externalidad” de la ropa y manipularlo, cambiarlo o mutilarlo. Pintarse el cabello de verde y ponerse una micro camiseta que muestra el ombligo es hacer la misma operación: es “escribir” en el cuerpo, es crear *con él* una forma (en los dos sentidos de *-a través y junto*).

Existe el cuerpo *inscrito* que es el cuerpo de la larga duración, de cierta identidad que es posible pensar como parcialmente “estable”, como una especie de “caracterización”: es el cuerpo psicossomático. El cuerpo de las inscripciones interiores que se hacen carne, huellas visibles, como visibles son las marcas que deja el trabajo de cincel del mar en la roca. Ciertos gestos, la mirada, la piel.

Existe el cuerpo *adscrito* que es el cuerpo de la identificación con el otro, con la diferencia. Cuerpo que aspira a participar del otro, que lo mira con interés, que se proyecta hacia el otro y se adscribe en él: es el cuerpo de las agrupaciones juveniles, de las tribus, de las naciones y de las pandillas.

El cuerpo que se adscribe al mundo simbólico de los grupos juveniles a través del reconocimiento, significativo y emocional a la vez. Cabe notar de paso que, en algunos “ritos de iniciación” para ingresar a una pandilla o a una nación, los jóvenes pasan por pruebas corporales que si bien, probablemente, no dejan huellas tangibles e indelebles, (como sucede en muchas ceremonias iniciáticas estudiadas por la antropología), ciertamente adquieren el valor de la inscripción al nuevo grupo. Es decir, adscripción e inscripción (del cuerpo) guardan ahí una estrecha relación: si con la primera “se pide” ingresar al grupo, con la segunda ya se pertenece a él, sin que ello signifique, necesariamente, de forma definitiva.

Finalmente está el cuerpo que se *describe*, una especie de “semiótica del cuerpo”, que da cuenta conscientemente del otro, que lo descri-

be, que lo descompone en partes comprensibles y articulables como en una gramática. A esta categoría pertenece también lo que a continuación hemos definido *cuerpo pantalla*: el cuerpo como puro signo visual.

2. El cuerpo baile

Hay un ámbito en el que el cuerpo asume particular significancia (en el sentido que Roland Barthes da del término) en el contexto de las culturas juveniles: el baile. El joven que baila es al mismo tiempo el papel, la pluma y el grafo, en tanto que el espacio que su cuerpo delimita es precisamente aquello en el que se escribe ese signo que es el cuerpo mismo.

Cruce de escritura (los movimientos y gestos) de inscripción (la práctica recurrente) de adscripción (el establecimiento del vínculo) y de descripción (la selección del partner) el baile juvenil, particularmente entre los sectores socioeconómicos bajos, representa tal vez la forma más alta de energía y expresión simbólica del cuerpo.

El baile que es denominado “sánduche” (una joven que baila en medio de dos jóvenes), es una muestra importante en tal sentido. De forma sorprendente actúa el cruce que hemos señalado. Al ritmo sostenido del *regué* (una mezcla de estilos jamaicano, industrial y tecno), al que la mayoría de los testimonios indica como el tipo de música más adecuado para los bailes más intensos entre los cuales está el “sánduche”, los cuerpos de los jóvenes se apropian del espacio erotizándolo, simulando los actos sexuales de forma explícita a través de movimientos y gestos concentrados en los genitales y otros puntos erógenos. Aquí la descripción completa de un baile “sánduche”. “Bailaba fuertemente agarrada por el cuello del chico, mientras con sus piernas abiertas se meneaba de adelante para atrás haciendo tocar su pelvis contra los genitales del chico. Cada vez más rápido, cada vez más intenso, una y otra vez queriendo simular el coito y el aproximarse del orgasmo. Luego la chica se agacha y abriendo las piernas coloca su pelvis sobre la rodilla del chico, el cual empieza un movimiento de sube y baja de la pierna. Sucesivamente la chica se voltea, dobla su espalda hacia adelante y apoyando sus manos en las rodillas pone su trasero a la altura de los genitales del chico con un movimiento suave para arriba y para abajo, para atrás y para adelante, mientras el chico la sostiene de la cintura. Luego el chico dobla las piernas y con las manos hacia atrás se sostiene

en el piso con el rostro hacia adelante, y la chica con las piernas abiertas se sienta suavemente juntando una vez más su pelvis con los genitales del chico. Este con un movimiento de cintura la sube y la baja y ella se mueve, al comienzo lentamente para luego incrementar su ritmo. A este punto entra en escena otro chico que se coloca atrás de la chica y recibe de ella su trasero puesto en sus genitales. Al mismo tiempo la chica pone su cabeza en medio de las piernas del primer chico a la altura de su genital, simulando una *“fellatio”*. El baile termina con esta última figura en la que los dos chicos alternándose asumen la posición del otro. Con la participación fervorosa de improvisados espectadores, que con gritos de “Ya estás cerca, ya te calentaste” dirigidos a la chica del baile, éste continúa con la intervención de otro chico que toma el lugar del primero. Es decir de los tres jóvenes, es la chica que permanece y repite el mismo juego con otros chicos que se turnan de forma rotativa”.

El esquema de turnarse puede ser interrumpido si la mujer así lo decide, convirtiéndose en la figura central del baile. Ella sanciona la calidad del saber bailar de los chicos y hasta puede llegar a botar a uno de ellos si le parece que no cumple con las “normas” del bien bailar, las que según Martha son: “ser sensual y desvergonzado”. Saber cómo desarrollar una competencia entre los dos chicos es el otro ingrediente fundamental del baile, comenta Isabel: “la chica reconoce y juzga la calidad de los movimientos y de las figuras que arma el chico por su grado de atrevimiento y por el interés manifiesto de entrar en competencia con el otro”. La competencia como elemento central de este tipo de baile está confirmado, además, por la dinámica con la que se da paso al baile: es siempre y sólo una pareja que lo inicia, de forma tradicional, un joven sacando a bailar a una joven. De ahí aparece un segundo chico “pidiendo” entrar en competencia con el primero. (Aunque las versiones y comentario de los testimonios no coinciden, porque hay algunos que dicen que es la forma atrevida de bailar de la chica a determinar que otro chico se una al baile, mientras que otros apuntan al “simple” atrevimiento del chico y su interés competitivos, en ambas hipótesis se confirma el esquema de la competencia para “conquistar” en el baile y, a través de él, la atención “sabia” y juzgadora de la chica).

3. **Cuerpo obsceno colectivo vs. cuerpo serio individual**

Bailes como el sánduche, del cual hemos dado una descripción, ponen de relieve la dimensión de un cuerpo obsceno que actúa “sin límites” en oposición al cuerpo serio, controlado y medido de los bailes de los jóvenes de condición socioeconómica alta, observables en las discotecas de moda de Guayaquil.

Encontramos aquí cierta similitud con la contraposición entre “cuerpo grotesco” y “cuerpo clásico” teorizada por Bajtin M. (1975) para distinguir modalidades en el uso del cuerpo en las fiestas populares de las clases subalternas y en las fiestas oficiales de la aristocracia europea.

Si asumimos para el cuerpo obsceno las mismas características del cuerpo grotesco bajtiano tendremos un cuerpo en el cual explota el movimiento de la vida y domina el exceso, ni cerrado ni completo. Es un cuerpo que, escribe Bajtin, “sobresale de sí mismo y supera sus límites. Del cuerpo grotesco están puestas en evidencia las partes con las que se abre al mundo externo (es decir en las que el mundo penetra en él o sale de él): boca abierta, órganos genitales, falo... El cuerpo revela su propia esencia como principio que crece y supera sus propios límites sólo en actos cuales el acoplamiento”.

Los cuerpos sudados de los jóvenes, en las discotecas populares del centro de Guayaquil, desprovistas de aire acondicionado y en las cuales el olor a sudor es tan notorio que precisamente imprime en el ambiente la presencia vital de los cuerpos, muestran con evidencia la superación de los límites.

Del otro lado está el cuerpo clásico, en el cual no hay signos de exceso tratándose de un cuerpo “completo, rigurosamente delimitado, cerrado, mostrado desde el exterior, no contaminado, individual”. En los bailes de los jóvenes de condición alta podemos observar que éstos se desenvuelven, en la mayoría de los casos, de forma solitaria, aunque puedan tener al frente su pareja. Podemos asistir a una especie de ensimismamiento en el movimiento del cuerpo que no tiene (o tiene poco) que ver con el otro. En palabras de Bajtin que no se contamina con el otro, salvo en su dimensión meramente escópica (que sería, siempre en términos de Bajtin, el ser mostrado desde el exterior).

El cuerpo, aquí, entonces, es un cuerpo compuesto, íntegro, anclado a la tierra, ordenado, y es un cuerpo pensado. Se piensa en los mo-

vimientos del baile, en las figuras con las que hay que cumplir, como con un guión. Algo muy diferente al atrevimiento de los bailes de los sectores populares, para los cuales si bien existen pautas o “figuras a la moda” (muchas veces aprendidas o refrendadas en programas de baile que se ven en la televisión) éstas representan sólo un marco de referencia, una especie de horizonte figurativo en el que lo que más importa, como afirma Sulay, una chica de 14 años a la que le encanta bailar el *regué* es “hacer que trabaje el cuerpo. Con el *regué* tú despejas la mente y sólo sientes tu cuerpo y el ritmo de él con el ritmo de la música”. La que, sea dicho de paso, al menos en el caso del *regué*, cumple exclusivamente el papel de hacer bailar, y las letras de las canciones, muchas veces explícitamente (o con dobles sentidos) de contenido sexual (“dame tu cosita”, o “lléname el cubo de leche”) también están dirigidas a producir efectos de atrevimiento y a incitar para el “correcto” desenvolvimiento del baile.

La dimensión colectiva y no individual marca otra diferencia entre las formas de bailar en los dos sectores socioeconómicos. Como hemos señalado, no sólo el sánduche es un baile protagonizado por un conjunto de chicos y chicas, sino que también la participación del público, que nos recuerda las barras del fútbol, es imprescindible para que el baile pueda actuarse con calidad.

De ahí el carácter de apertura al mundo, de desafío y ruptura que el cuerpo obscuro del baile representa en los sectores populares. Y la función simbólica de salir de la marginación social y cultural, además que económica, en la que se encuentran. Creemos que sería un error pensar que las formas creativas de uso del cuerpo en el baile, de los jóvenes que pertenecen a los sectores bajos, sean simplemente una respuesta evasiva y de diversión a la dura realidad del vivir cotidiano. Además de la “natural” necesidad de escape frente a esa realidad, existe claro y contundente un cuestionamiento al conjunto de la sociedad. Un cuestionamiento antropológico, ni ideológico ni político. Un cuestionamiento vital, de visión del mundo, cultural y simbólico.

En Guayaquil los jóvenes de sectores populares son portadores de un saber y de una *poyesis* simbólica inscritos en el cuerpo, en el cuerpo del baile que es producción simbólica *tout court*.

4. Estética del cuerpo, ropa, moda y marca

Se entiende por estética del cuerpo la construcción consciente de una *formatividad* del cuerpo. Consciente significa aquí que: “lo esencial de la operación formadora no está tanto en hacer algo, cuanto en escoger aquello que se ha hecho” (Umberto Eco. 1983). Los significantes lingüísticos: “jeans al cuerpo” o “blusa chiquita al cuerpo”, muy usados entre los jóvenes, muestran con evidencia que la ropa no cumple simplemente con la función del vestir (o del revestir), ni tampoco con la sola función del parecer, de la exterioridad y del *look*, sino como un *formante figurativo* (la expresión es de Greimas A. J. 1994) que se vincula íntimamente al cuerpo, se hace cuerpo con él, en el proceso de construcción de una forma vital y personal. “La juventud no es una edad, sino una estética de la vida cotidiana” afirma Sarlo B. (1994). Por esto señalábamos arriba que en *stricto sensu* no hay diferencia entre adornar el cuerpo con una camiseta y una mochila o con un arete o un tatuaje. No puede ser ciertamente el carácter permanente o no el que discrimine entre las dos operaciones sobre el cuerpo. En ambos casos, y en todos los casos en los que se busca usar recursos “externos” al cuerpo, la intención es de integrarlos, de hacerlos participar en conjunto para instituir la forma cuerpo.

En este sentido el cuerpo arropado es más que “simple” expresión (con un contenido definido), es más que representación signica. Es un significativo plástico (Greimas A.J.), es un “hacer” escritural y un “sentir” simbólico (estético) y no sólo un “decir” significativo (semiótico). La diferencia en la construcción de la forma a través de la ropa no está dada por “el significado de los elementos que combina, sino por la sintaxis con que se articulan” (Sarlo B. op. cit.).

Afirma Cinthia de 17 años: “no me pongo esta ropa apretada para atraer los hombres... sino porque me siento bien con el cuerpo apretado, porque los pantalones me aprietan el cuerpo, me lo amoldan y me siento bien así ... *y dicen en la televisión que es bueno cargar el cuerpo apretado*”. Es interesante notar que, en particular entre las jóvenes de los sectores populares, el hecho de llevar prendas a la moda no está condicionado por tener o no un cuerpo estereotipado, es decir, con las características, determinadas por el mercado imaginario de la publicidad, de los cuerpos visibles en las revistas de belleza: ser flaca, no tener celulitis, ser proporcional en las medidas. En las calles de Guayaquil, las

chicas que pertenecen a estos sectores, con sus microcamisas u ombli-gueras no se muestran muy preocupadas de sus “llantitas” en la cintura. Lo importante es llevar la ropa de moda *con* un cuerpo “propio” más allá de la “modelización” estereotipada y no *sobre* un cuerpo previamente moldeado y “apto” para cierto tipo de prenda.

No obstante la indudable influencia ejercida por la televisión en la elección de la ropa y la inscripción de ésta en el ámbito de la significación social (incluido el espacio de la seducción), los y las jóvenes hablan de un “sentir” de las prendas que usan con el cuerpo, aunque es difícil poder establecer una frontera nítida entre este sentir y la representación imaginaria y simbólica (y como tal “codificada”) del cuerpo. Según M. De Certeau (1987) “las vestimentas pueden pasar como los instrumentos gracias a los cuales una ley social se apropia de los cuerpos y de sus miembros, los ordena y los ejerce mediante modificaciones de moda, como si se tratara de maniobras militares”. Para este autor no hay cuerpo “que no esté escrito, rehecho, cultivado identificado por medio de las herramientas de una simbología social”, salvo tal vez el cuerpo con una “falta de modales” como el grito de un niño, de un loco o un enfermo. Pudiendo agregar, nosotros, el cuerpo desenfrenado y obsceno de los bailes descritos arriba.

De todos modos, el cuerpo arropado se presenta como un *texto* en el sentido de tejido (Barthes R. 1993) de trama, y su lectura no será de tipo lineal (como mensaje) sino compleja, con rupturas y deformidades con respecto a una gramática establecida.

Así, la importancia fundamental que para los jóvenes representa la moda, que en palabras de algunos testimonios se puede convertir hasta en una especie de “adicción” o como en el caso de Carlos que afirma que a veces prefiere quedarse sin comer para poder comprar ropa de moda. La cual es sobre todo uso y apropiación de marcas.

Apropiación significa asumir las marcas en los distintos niveles de significación y valoración que su consumo conlleva. Significa querer identificarse con un universo y horizonte de sentido que la marca propone. La marca “marca” al joven en el momento en que, portador de ella, queda “instalado” en su mundo de significaciones, las que están en la base de las dinámicas identitarias y del reconocimiento del otro como tal. Como afirma David: “la marca vende una imagen” que según él, en referencia a su elección de marca, está hecha de algunos valores: “desinhibida, espontánea, liberal, enérgica”. Es decir, más que una imagen, la

marca vende y suscita imaginarios o empata con los ya constituidos, los cuales no son conjuntos significativos necesariamente coherentes o estables. Los jóvenes pueden usar la moda y la marca para cambiarse constantemente de *look*, para jugar asumiendo diversas imágenes como en el caso de Quicer, que autodefiniéndose como extravagante y estrafalario, afirma que su “gran ídolo es Madonna porque es siempre cambiante físicamente, no obstante, en el fondo, sea siempre ella misma”. La necesidad del cambio constante se inscribe en lo que algunos autores han definido como “temporalidades cortas” o “metamorfosis” juveniles.

Por otro lado, algunos jóvenes afirman no querer construir una imagen consciente a través de la ropa porque esto significaría “ponerse un uniforme” como dice David, aunque él está consciente de que de todos modos la marca que usa transmite una imagen. Sin embargo, afirma: “no quiero construir conscientemente una identidad a través del uso de una marca, prefiero que sean los demás o digan cuál es mi identidad”.

Se plantea aquí una paradoja: se usa un determinado tipo de marca o de ropa para transmitir, o por un modo de “sentirse” de acuerdo a los valores en ellas adscritos, y al mismo tiempo se rehusa a ser catalogado sólo a partir del uso de esa marca. Es como si se quisiera y no quisiera, a la vez, significar o comunicar algo.

La paradoja, tal vez, da cuenta de un quiebre o dimensión subjetiva y de “autenticidad” en el apego juvenil a la moda. Julio César cree que “la autenticidad está en el modo de llevar una camiseta o un pantalón y que este modo particular es percibido también por los demás”.

David, por otro lado, piensa “resolver” el tema de la “autenticidad” (que define como no ser repetitivo) confeccionando su propia ropa, aunque esto sí, lo importante es ponerle de todos modos una marca, inventarse un nombre con el cual sea posible identificarla. Y es que no obstante, los jóvenes demuestran saber reconocer en la marca características de hechura y de calidad, éstas no son los signos más importantes y decisivos en el momento de seleccionar una marca u otra, sino precisamente el nombre, el logotipo que se revela por sí solo como vehículo y horizonte de significación.

Así, los jóvenes de condición socio económica media o baja usan marcas como *Nike* o *Adidas* no obstante se las adquiera en las bahías y no sean auténticas. Lo auténtico, para ellos, es el signo del logotipo que, como dice Tina “ya forma parte de la persona”. Signo que le permite al

joven recorrer la ciudad y ser reconocido como su portador, aunque en ciertos barrios jóvenes de condición socioeconómica alta puedan darse cuenta de la inautenticidad y por esto discriminarlo.

La manera de vestir, el uso de determinadas marcas, los colores y las formas de la ropa traducen el ámbito de adscripciones identitarias de grupo y también representa un terreno fértil donde se expresan algunas valoraciones sociales de los jóvenes. Los “raperos” se diferencian y son notables como tales por vestirse con pantalones o mamelucos anchos y muy largos, con gorra, zapatos gruesos, con suela como de tractores, casi siempre de marca y por “saber” combinar los colores. Además, como opinan sus directos antagonistas, los rockeros: “les encanta llamar la atención y creen que el que camina arrastrando más las manos es más bacán”.

Los “batracios” por otro lado tienen una forma de vestirse más “desordenada”, con menos cuidado que los raperos, no hacen competencia entre ellos para lucir ropa o zapatos de marca y no les interesa la combinación de colores. “Si los batracios llevan puestos polines blancos no les importa que estén amarillos, es decir sucios de lo cochinos que los han tenido, mientras que un rapero lleva siempre un par de polines blancos limpios” afirma Isabel. Y así los rockeros con sus características cromáticas y eidéticas que los hacen diferentes y reconocibles: pelo largo, jeans negros, botas y camiseta negras y que a pesar de que no quieren llamar la atención (en oposición con los raperos), de todos modos, como afirma un rockero: “esto (llamar la atención) ya es inevitable y todo el mundo nos queda mirando como asustados”.

A pesar que estos grupos identitarios (tal vez tribus) compartan principalmente un género musical y tengan visiones del mundo a partir de este consumo musical, es en la manera de vestir donde encuentran su primer y más evidente signo de identidad. En Guayaquil, cada uno de estos grupos, mostrando su ropa, mantiene “ocupado” un espacio: en las esquinas de la plaza de San Francisco o en los cruces a lo largo de la avenida 9 de Octubre se va dibujando un mapa hecho de colores fuertes, encendidos u oscuros, cabellos largos y cortos, aretes en la oreja y en la nariz, pantalones anchos a pata de elefante y apretados, gorras para atrás y para adelante. Así es como los cuerpos arropados y manipulados toman posesión del territorio, lo significan, con una presencia que hace pensar tal vez en una distinta (a la de los adultos) manera de habitar la ciudad y de sentirse ciudadanos por parte de los jóvenes.

5. Valoraciones y distinción

Por otro lado tenemos que en torno a la manera de vestir se articula un conjunto de valoraciones estéticas y éticas que apunta a crear una verdadera y propia instancia de distinción social entre grupos de jóvenes de diferentes condiciones socio económicas y hasta raciales. Es interesante notar cómo en la puerta de las discotecas más “*in*” de Guayaquil, aquellas frecuentadas por jóvenes de condición económica alta, está vigilante un hombre que cuando no reconoce directamente a los clientes habituales, opera como una especie de “semiótico” encargándose de descifrar, observando el tipo de ropa y el color de la piel, la pertenencia socio económica de los jóvenes, para así poder establecer si admitirlos o no en la discoteca. El fin de este “filtro semiótico” interpretativo es el de evitar que en la discoteca se pueda producir una mezcla entre chicos de diversos sectores socioeconómicos. Esta mezcla es algo muy mal visto por los jóvenes de condición alta y determina el “abandono” y “retirada” casi inmediata de tal o cual discoteca cuando se vuelve permanente la presencia de los indeseados “cholos”: aquellos jóvenes que no responden a las características “normales” establecidas por los jóvenes de condición alta. ¿Cuáles son estas características?

No obstante se haya encontrado cierta variedad de opiniones al respecto, algunas parecen ser las características comunes acerca de las cuales existe bastante acuerdo entre los entrevistados. La más importante es la categoría “foco”. Los cholos se reconocen, a leguas, por la forma “focasa”, es decir por usar ropa con colores muy fuertes y llamativos como el anaranjado, el rojo o ciertos tonos fosforescentes de amarillo o verde. Se inscribe aquí una dimensión de la visibilidad que se hace distinción: los jóvenes de condición alta crean una especie de mecanismo de “autodefensa identitaria” a través del uso de una ropa no “chola” para reafirmar su condición. Es curioso, en tal sentido, observar que algún tipo de ropa, por ejemplo camisetas o blusas transparentes (e incluso algunos colores fuertes) a pesar de su presencia en las pasarelas de la moda internacional y recogido por revistas que circulan en el medio, por el sólo hecho de haber sido asumido por sectores de condición socioeconómica baja, pasa a ser automáticamente descartado por los sectores de condición alta. Marisabel, que pertenece a este sector, afirma: “alguna de nuestro grupo jamás se vestiría así (con chorcito y camiseta

transparente), porque todos pensarían que es una zorra y dirían ¿qué le pasa a esta mujer?

Una vez más nos encontramos frente al fenómeno, que ya hemos señalado, de la “retirada” que estaría indicando que en Guayaquil, a diferencia de lo que sucede en otras ciudades de países europeos (p.e. Francia estudiada por Bourdieu P. 1979), los jóvenes de condición socioeconómica alta no representan, al menos en el ámbito de la moda, el marco de referencia hegemónico para los demás jóvenes menos privilegiados. Tal vez sucede lo contrario: el carácter más “rebelde”, “atrevido” e “informal” de los sectores populares obliga a los jóvenes de sectores altos a construir formas de distinción a partir de los espacios “dejados libres” por aquellos.

En otras palabras, si hablamos de distinción, ésta no sería impuesta sino más bien como consecuencia de una búsqueda constante, por parte de los sectores pudientes, a la hora de realizar sus prácticas de consumo, de formas de vestir “no contaminadas” por el uso de jóvenes de los sectores populares (Ojo, no se está hablando aquí del fenómeno moderno de la homogeneización de los consumos o de la imitación de las formas de vestirse de las élites por parte de los sectores populares, que obliga a aquellas a sustituirlas por otras nuevas y cada vez más inaccesibles. Nuestra hipótesis es que los sectores populares en Guayaquil se apropian por primeros de ciertas innovaciones en el consumo de moda y así haciendo impiden “de hecho” que las élites puedan a su vez asumirlas).

Otras características del ser cholo son indudablemente el color de la piel y los rasgos somáticos. Marisabel lo describe así: “el típico cholo costeño de piel oscura, pómulos anchos y medio achinado”. Hay que notar que las dos características, el vestuario y lo racial, se combinan a menudo para condicionar las dinámicas de identificación en los procesos de socialización juvenil en Guayaquil. Aunque tal vez sea atrevido hablar de contraposición neta entre dos “bandos” (jóvenes de condición alta vs. jóvenes de condición baja) los distintos testimonios demuestran que no es irreal el hecho de que cada bando sabe exactamente reconocerse en los límites del otro, en sus fronteras, y actúa en consecuencia a su propia semiósfera. El significante lingüístico: “pero si aquí no hay nadie” empleado sobre todo por jóvenes de condición alta cuando por alguna razón deciden ir a un local, bar o discoteca no habitual y que está repleto, pero de esos “otros” jóvenes de diferente con-

dición, “invisibles” a sus ojos (o “demasiado” visibles, que es lo mismo), es una demostración de lo que Valenzuela José Manuel (1998) ha definido como el “marco de disputa de las interacciones sociales”. “Las representaciones dominantes no se construyen en el vacío sino en un marco amplio de interacciones sociales, por lo cual su prevalencia se inscribe en un marco de disputa...” y agrega: “los sectores y grupos subalternos construyen sus autopercepciones y representaciones, conformando campos más o menos ríspidos de disputa con las definiciones de sentido de los sectores dominantes”.

Lo interesante en el caso de Guayaquil es que la noción de “identidades proscritas” utilizado por Valenzuela, parecería aplicarse no solamente para los sectores subalternos sino también para los sectores dominantes. Estaríamos frente a una especie de mutuo bloqueo entre grupos sociales que determinaría de forma recíproca y no sólo del lado de los sectores subalternos que “los portadores de las identidades proscritas aprenden a usar la imagen que se les atribuye” (Valenzuela). Aunque en el caso de los jóvenes de condición alta, tal vez, se podría hablar de una especie de *horror por la semejanza en la diferencia*, es decir percibirían “algo” en el otro que los horroriza en tanto que elemento más de semejanza que de diferencia con ellos.

En todo caso, si asumimos la noción de semiósfera de Lotman, entendida como la organización de un espacio cultural delimitado por una o más fronteras “traducibles” o no (la idea de Lotman es que las fronteras actúan como una especie de filtro o membrana que permite que todo lo que está afuera de una determinada semiósfera pueda ser introducido en ella a partir de una traducción en el sentido de “conducir a través de”), podemos afirmar que en Guayaquil las fronteras entre semiósferas condicionadas (y no determinadas) por la dimensión socioeconómica se presentan muy poco traducibles, caracterizándose más bien como fronteras o límites impermeables. Dicho en otras palabras: los jóvenes que pertenecen a los distintos sectores socioeconómicos se reproducen simbólicamente en su propia semiósfera sin tener en cuenta al otro más que para negarlo (que, de todos modos, es una manera para reafirmar una identidad). En este sentido, creemos que este mutuo bloqueo impide la activación y regeneración creativa del mecanismo de producción simbólica, que precisamente entra en acción cuando es solicitado por la necesidad constructiva de la *traducción*, es decir, de la incorporación (mediada simbólicamente) a la semiósfera de

elementos significantes externos. Nuestra afirmación se basa en que sólo trabajando simbólicamente la *alteridad* se asegura la constante generación de sentido en una semiósfera y se evita la *asfixia cultural* como consecuencia de la sola reproducción de sí misma consigo misma.

6. El cuerpo excesivo

“Cuando la escucho en la casa (la música rock), me pongo como loco, me doy contra las paredes, mi mamá cuando me ve me tira agua bendita”. (Víctor, rockero y miembro de la “sur oscura”, la barra del equipo de fútbol Barcelona). Hay un cuerpo de los jóvenes que llamamos excesivo. Es un cuerpo que no puede quedarse quieto o ensimismado y que siente la necesidad del contacto incluso con una pared, como nos cuenta Víctor.

En los conciertos de rock la práctica llamada “*mosh*”, el golpearse de los cuerpos, nos habla de un cuerpo que supera los límites de la piel y que busca el contacto con el otro, estableciendo un “ritual de proximidad” que Eva Gilberti (1998) ha definido como “*pulsión social*”. Es como si en el choque hubiera transmisión de energía. Los cuerpos, a través de roces y golpes, se ex-ceden (del latín *ex-cedere*, “ir más allá” y también “entregar”) en sus vibraciones, recíprocamente.

Así describe un joven el amontonamiento y el apretuje a los que se asiste en un concierto rock: “es que estar en medio de todo es bacancísimo, todos hechos pelota y tú sientes que solo ya no brincas nada, sino que todos brincan y te arrastra la masa”. O lo que afirma Luis, del grupo de rock “La Trifulka”: “el *mosh* es para liberar tensiones, es como gritar”.

Nos encontramos frente a un cuerpo que no puede ser contenido, controlado y que se desata liberando energía en la envoltura de la masa. (Los adultos censuran las prácticas de contacto juvenil como la del *mosh*. Creen que los jóvenes se pegan, en el sentido de hacerse daño, y no comprenden que probablemente se trata más bien de una canalización (sublimación) ritual, físico-simbólica de la violencia, que es siempre potencial). Cuerpo masa, colectivo. Cuerpo inscrito en lo que Durkheim definía “solidaridad orgánica” refiriéndose al funcionamiento de la comunidad en los tiempos premodernos (en oposición a la solidaridad mecánica de la modernidad) y que hoy, en el mundo juvenil, es representada quizás por el cuerpo afectivo, el de las comunidades

emocionales. El que expresan los grupos de jóvenes que participan del espectáculo del *speed rock* debajo de una tarima o colocados horizontalmente frente al escenario de un pequeño bar en donde se pasan abrazados a la altura entre los hombros y la nuca, apretándose y saltando todos al mismo tiempo, todos gritando la letra de la canción. O el cuerpo de los jóvenes que se lanzan desde la tarima hacia la multitud que los recibirá en sus brazos y que es, asimismo, el de las caídas vertiginosas de los que practican el *jumping* (salto al vacío con cuerdas).

El cuerpo masa es también el de las barras, de los fanáticos aficionados de los partidos de fútbol. Allí es otra vez el cuerpo excesivo a ser protagonista: en los saltos, en subir y bajar simultáneamente las gradas de las tribunas o de la general, en los empujones y en el movimiento de los brazos o en la sincronía de las olas. Se trata además de un cuerpo que trasciende la pertenencia a un determinado sector socioeconómico. En los ritos de las barras de fútbol se encuentran muchas veces, codo a codo, jóvenes de condición alta, media y baja, todos unidos en los gritos, en los insultos, en los saltos, en la gesticulación. Así lo confirma el comentario de Javier, un aficionado del Barcelona: “por allí andaban ‘unos manes’ todos ‘enternados’ hasta con celular, pero ya para el segundo tiempo no tenían el saco puesto, se sacaron la corbata y la camisa haciéndola voltear en el aire y gritaban”.

Por otro lado el cuerpo excesivo de los jóvenes se expresa entre los patinadores que andan rodando por las calles o en las “minipistas” en forma de “U” presentes en los parques de la ciudad. Con la patineta quieren romper las barreras arquitectónicas de veredas, bancas y otros obstáculos. *Incorporando* la patineta, como si fuera una prótesis, el cuerpo, elevándose, supera la gravedad. También hay exceso en las caídas: los patinadores saben que, si no logran elevarse o pierden el equilibrio en sus piruetas en las pistas, el cuerpo golpea la tierra y duramente a veces.

Otro cuerpo excesivo es aquel de las pandillas y de las naciones. Del riesgo y del enfrentamiento. La amenaza al cuerpo, su mutilación, con todo tipo de armas. En las peleas callejeras el cuerpo del pandillero se excede y expone al otro, al adversario.

Se ex-cede sobre todo cuando aparece la sangre, que asume así un valor importante entre los jóvenes pandilleros y que habrá que investigar (algunos de ellos saben reconocer el tipo y gravedad de una heri-

da por la cantidad de sangre que mancha una vereda o el asiento de un carro).

Finalmente está el cuerpo de las drogas y del alcohol. Aunque el tema no se ha podido investigar, podemos dejar aquí señalado que en el uso de sustancias estupefacientes los jóvenes intentan hacer experiencia de lo que Eva Gilberti (1998) ha definido como una “ampliación del campo de la conciencia”. En tal sentido las drogas se inscriben en la práctica del cuerpo excedido, el cuerpo de la intensidad, del vértigo y del abismo.

7. El cuerpo pantalla

Es reconocido que en los tiempos actuales se asiste a una especie de “apantallamiento” del cuerpo. De un cuerpo espectáculo hecho para la pura visión, para ser mostrado, exhibido, siguiendo los patrones estéticos establecidos. Que van desde el culto a la flacura, que hace anoréxicas a las *topmodels*, a la reproducción de este estereotipo (tal vez uno de los pocos y sólidos ideales en tiempos de ausencia de ideales) en millones de jóvenes que sudan la gota gorda en los tremendos ejercicios físicos de los gimnasios o en las estrictas dietas consideradas “milagrosas”. Se trata de un cuerpo ya no del ser, sino del *deber ser en el aparecer*, que obliga a un trabajo de *moldeación* constante y a una relación puramente escópica con el otro: ver y ser visto pasa a ser el paradigma actual de una socialidad que, como afirma Michel de Certeau (op.cit.), vuelve “cancerosa la vista”.

Este fenómeno interesa sobre todo a los jóvenes de condición económica media y alta. Son ellos quienes viven mayoritariamente el drama de la relación cuerpo-ropa. Para poder estar a la moda es necesario primeramente tener un cuerpo acorde a los estereotipos difundidos en las revistas de belleza y de moda, porque ésta se diseña en función de aquellos. Desconsolada afirma Tina: “Estamos fregadas sinceramente, toda la ropa es pensada para gente delgada, o eres flaca o es jodido encontrar ropa, todo el mundo se viste igual y no puedes encontrar con facilidad una camiseta suelta o un jean que no sea apretado”.

Nos parece entonces que en Guayaquil se aplica poco la consideración de que la moda es un fenómeno múltiple y variado y que no es posible hablar de una sino de muchas modas a la vez. De las observaciones etnográficas resultaría un panorama diferente a las grandes ten-

dencias mundiales: el de una fuerte homologación en los consumos de ropa debido principalmente al imperante culto del cuerpo, presente sobre todo en los sectores altos, y por la gran influencia ejercida principalmente por la televisión, entre otros medios de comunicación masiva. Si en otras sociedades se ha pasado del *status simbol* al *style simbol*, con un relativo deslizamiento de una condición social a una afirmación personal de gusto estético, para Guayaquil, tal vez, se podría emplear el término *unic simbol*. Diciendo esto simplemente se quiere anotar una tendencia: la búsqueda de homogeneización. Esta tendencia daría cuenta de que en el consumo de moda, más que la diferenciación, es el reconocer o ser reconocido como similar, lo que predomina, a desmedro de la búsqueda de una creación original y de la “provocación” o “ruptura” de un estilo personalizado.

En este sentido, en Guayaquil, se escucha la expresión “estar a la moda”, como un patrón a seguir y como elemento imprescindible en las relaciones sociales. Tal vez y a título totalmente hipotético, podríamos decir que en la sociedad guayaquileña no está presente el fenómeno del individualismo exacerbado como en otras ciudades del mundo.

La dimensión del cuerpo pantalla en Guayaquil tiene un correspondiente significativo en la práctica muy común de lo que se denomina “vitrineo”, es decir, pasear por los centros comerciales de la ciudad para ver las vitrinas de las tiendas. Los jóvenes se ven entre ellos, se reconocen, se presentan o representan en los corredores, en los patios de comida, de la misma forma que con las vitrinas. En otras palabras, se va a los centros comerciales para ver, a la vez, a las vitrinas de las tiendas y a los cuerpos “vitrineos”, los cuerpos *look* de los otros. En el mercado del espectáculo visual hay que saber cotizarse a través de la captación de la mirada del otro, presentándose como una pura imagen que posee valor de cambio en su forma exhibicionista. Asimismo es suficiente que la mirada del otro sancione negativamente la elección de una prenda para que ésta sea descartada para siempre. Comenta Verito: “nunca más me voy a poner ropa sin mangas”. Y el por qué de tal radical decisión reside en el juicio de un amigo de Verito que un día le dijo que “tiene brazos gordos”.

El cuerpo pantalla es un cuerpo que, como afirma Requena J.G. (1995), “reina en su negación, es decir, como imagen descorporeizada, desprovista de los rasgos de lo corporal”. Reinando imperiosa la vista, los otros sentidos se reducen y se alejan en la relación con el cuerpo. El

olfato percibe exclusivamente los olores artificiales de perfumes, lociones y cremas. El gusto no saborea más que la insípida comida *light* o la comida chatarra del *fast food*. El auditivo se encuentra atrofiado por falta de escucha debido al escaso uso de la palabra y de la conversación. Pero entre todos los sentidos el tacto es quizás el que mayor denegación está sufriendo en estos tiempos, en los que la fascinación que envuelve a las nuevas tecnologías de la comunicación, en particular el uso del *chat* vía Internet, transforma el cuerpo “real” del con-tacto en el cuerpo *incorpóreo* de la simple conexión. Evidentemente el fenómeno, una vez más, interesa sobre todo a los jóvenes de condición alta (de todos modos no deja de marcar una posible tendencia que a futuro puede ser ampliable y observable también en los otros sectores socioeconómicos).

En las telarañas de las redes, el cuerpo material (el soma) está prácticamente ausente y en su lugar se asiste a un potenciamiento o a una saturación de la comunicación basada en la percepción de signos visuales, de imágenes. En el chat, el cuerpo, cuando a-soma, es representado en fotografías. Pero es curioso que, a veces, los chateadores se envían fotografías que no representan a ellos mismos, sino a otros cuerpos, otras caras, obviamente más bellos, más jóvenes y más atractivos.

Escondidas en el anonimato y ausentes como cuerpos reales en el contacto próximo, las personas que chatean imaginan el cuerpo de una forma tal que pueden llegar a autorepresentarse con íconos de cuerpos ajenos.

Si de la dimensión del ser (de la subjetividad) se pasa a la del parecer (de la imagen) la persona (en el sentido latín de máscara) puede asumir *a la carta* su imagen “corpórea”. Pero si el uso de la máscara, desde lo simbólico, representa un “juego carnavalesco” de identidades, una suspensión burlesca y grotesca de la propia identidad, es decir producción de significación, desde lo imaginario, sin la mediación simbólica, la máscara *es* la identidad, la cual, como una especie de ícono congelado e invariable, es la única accesible y deseada por una *subjetividad ausente*, que en estos tiempos parecería ser la que manifiesta un sujeto que suspende o aplaza constantemente su capacidad de elaboración personal de las imágenes que nos rodean. A construir o consolidar una subjetividad ausente estaría apuntando la mayoría de la producción multimedial y de las industrias culturales hoy en día. Su circulación está concebida de tal forma que pueda evitarle al sujeto el trabajo de pensar y pensarse.

BIBLIOGRAFÍA

BAJTIN, M.

1975 *Rabelais y la cultura popular en el renacimiento*, Barcelona: Barral.

BARTHES, R.

1993 *La aventura semiológica*, Barcelona: Paidós.

BOURDIEU, P.

1979 *La distinción*, París: Les éditions de minuit.

DE CERTEAU, M.

1987 *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana.

ECO, U.

1983 *La definizione dell' arte*, Garzanti.

GILBERTI, E.

1998 “*Hijos del rock*”, en *Viviendo a toda*. Bogotá: Siglo del hombre.

GREIMAS, A. J.

1994 “Semiótica figurativa y semiótica plástica”, en Hernandez Aguilar, G. *Figuras y estrategias*, México: Siglo XXI.

LOTMAN, I. M.

1996 *La semiósfera*. Madrid: Cátedra/Frónesis

REQUENA J. G.

1992 *El discurso televisivo*, Madrid: Cátedra.

SARLO, B.

1994 *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires: Ariel.

VALENZUELA, J. M.

1998 “Las identidades juveniles”. En *Viviendo a toda*. Bogotá: Siglo del hombre.

LA MÚSICA EN LA CONSTITUCIÓN DE LAS CULTURAS JUVENILES

Cinthia Chiriboga

1. INTRODUCCIÓN

La música hizo parte muy importante del corpus de los estudios culturales de la escuela de Birmingham, cuyo foco de trabajo fue el consumo y producciones que hacían diferentes grupos de los estratos bajos de Inglaterra, en los ámbitos profanos, es decir los de la vida cotidiana. Un interés muy importante de muchos de estos estudios era aquello que los jóvenes hacían en sus tiempos de ocio.

Los estudios que privilegiaron los consumos juveniles partían del cuestionamiento a la idea de que la juventud era homogénea. Esta noción de homogeneidad se desarrolló en la posguerra, particularmente dentro de la sociología funcionalista, que asumía que la juventud era funcional al sistema, pues la rebelión que los “caracterizaba” operaba como una válvula que permitía dar escape a las presiones producidas por la incertidumbre “natural” de esa etapa de crecimiento. Esta sociología asumía que “su rebelión era solo simbólica, pero significativa en cuanto ayudaba a los jóvenes a devenir en adultos y a continuar tranquilamente con sus vidas” (Cherrington, 1998, pág. 3). La escuela de Birmingham planteó, en oposición a la anterior visión, la idea de la existencia de diferencias entre los jóvenes, particularmente la de clases, que ameritaban una lectura diferente. Ellos se centraron en entender la intersección entre clase y generación proponiendo que las sub-culturas juveniles eran una respuesta de la juventud de la clase trabajadora tanto a la ‘cultura hegemónica’ como a la cultura de la clase trabajadora de sus padres, respuesta expresada predominantemente a través del ritual y del estilo (Beezer, 1994, pág. 116).

Una de las ideas centrales de estos estudios era que los estilos articulaban por lo menos tres elementos: modas, música/baile y valores/sensibilidades. Un ejemplo de esta articulación fueron los *punks*. Se caracterizaban por su estridencia en el vestir, en su actuar, su baile en

saltos y su música frenética, lo cual para Hebdige –pionero en estudiar esta subcultura punk– representaba “una forma de desorden semántico que subvirtió momentáneamente los códigos y las convenciones que gobiernan los órdenes establecidos del significado” (Beezer, 1994, pág. 124).

Si bien estos estudios alrededor de la música como articuladora de estilos fueron muy fértiles, una crítica que se les ha planteado es que se hayan centrado casi exclusivamente en los géneros musicales emparentados con el *rock* (*punk*, *heavy metal*, alternativa, etc). Un elemento central que explicaría este “rock-centrismo” es la visión romántica con que se lo aprecia: como oposicional y crítico frente a la cultura hegemónica. En esta mirada subyacería la idea de que los géneros de moda, los de mayor éxito comercial, carecen del valor artístico que el rock sí tiene. Simon Frith (citado por Hesmondhalgh, 1998), fue uno de los que con mayor seriedad desmontó esta idealización del rock, al analizar las contradicciones que lo atraviesan en su proceso de producción discográfica. Ante esto, Frith propone centrar la “atención en las apropiaciones activas y creativas por parte de las audiencias de los significados y placeres de la música popular.” (Hesmondhalgh, 1998, págs. 302-303).

Parecería que en América Latina, tanto por esa apreciación romántica sobre el *rock* como contestario, así como por su capacidad de crear adhesiones y estilos más o menos estables, éste o sus derivados han sido también objeto de estudio importante dentro del campo de las culturas juveniles¹.

Es importante reconocer este énfasis que existe en el *rock* como foco de estudio, para evitar descuidar el explorar el lugar que tienen otras formas musicales, que en algunos países latinoamericanos son mayoritarias, como por ejemplo, la salsa y todas las nuevas mezclas entre los géneros que conforman esta familia llamada *hip-hop*: el *rap*, *reggae*, *techno-merengue*, etc.

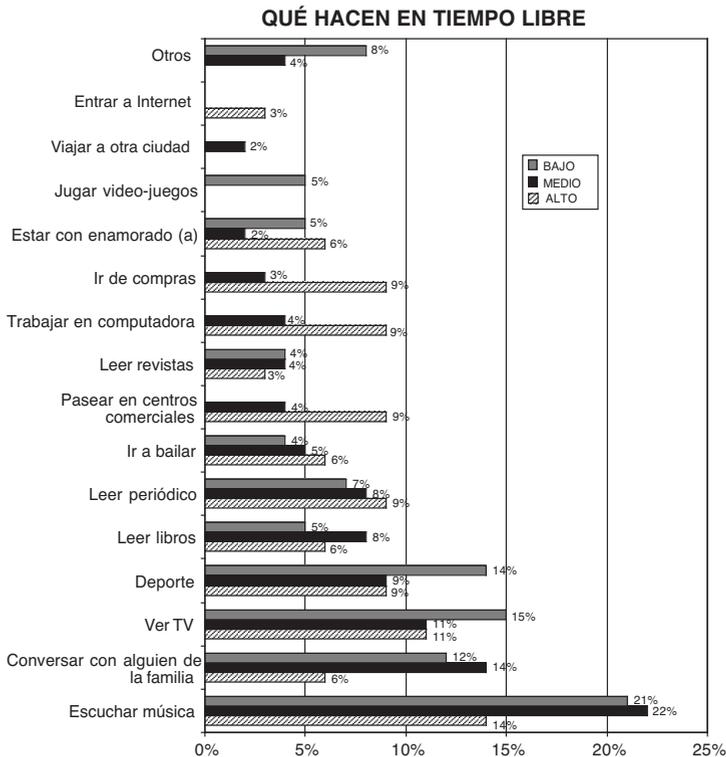
En nuestro estudio quisimos explorar en términos generales el lugar de la música en la vida de los jóvenes, en cuanto a los usos que hacen de ella y los significados que le atribuyen. Para ello, hemos articulado los datos cuantitativos sobre preferencias y usos, con aquello que

1 Ver por ejemplo en Colombia los trabajos realizados por Germán Muñoz, 1996; José Fernando Serrano, 1996 y Adrián de Garay, 1996 o en México lo realizado por Rossana Reguillo con los “punkies”, 1996.

las etnografías nos proveyeron. Los registros etnográficos igualmente nos permitieron hacer ciertas reflexiones sobre géneros de mayor consumo, así como respecto al consumo menos “visible” del *rock*. Decimos menos visible, porque no es lo que mayoritariamente se escucha en las radios, ni lo que se baila en fiestas y discotecas. También decimos menos visible por los lugares y formas en que se lo consume, el estilo de vida y las formas de circulación pública que adoptan quienes son sus seguidores más intensos.

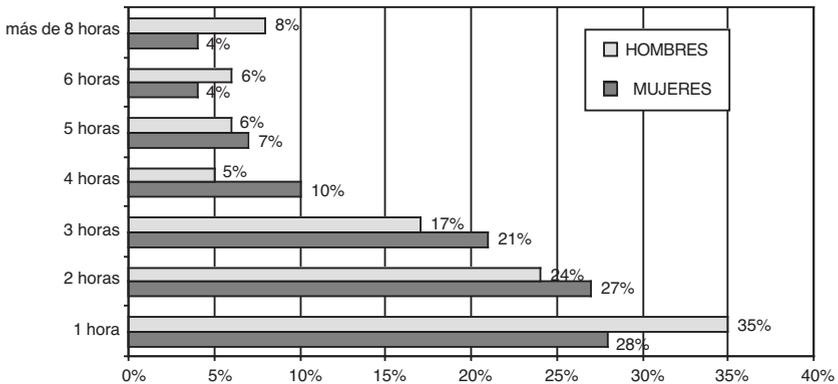
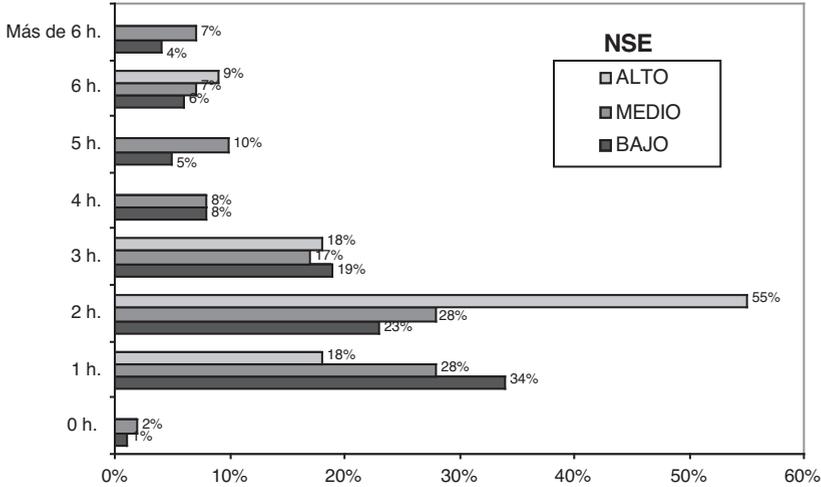
2. EL CONSUMO Y EL LUGAR DE LA MÚSICA EN LOS JÓVENES

Partiremos presentando datos sobre el lugar de la música en la vida de los jóvenes. En primer lugar los resultados de la encuesta revelan que para los tres sectores socioeconómicos, la actividad que mayormente prefieren en su tiempo libre es escuchar música.



Tiempo y medio preferido para escuchar música

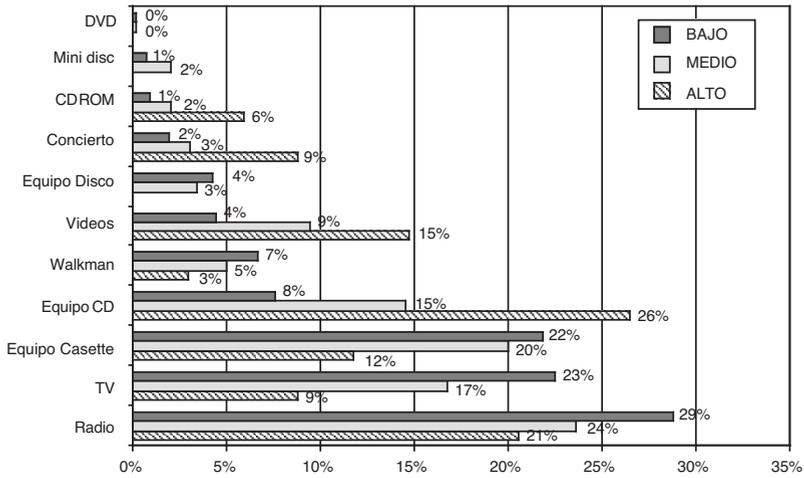
Tanto a nivel de estrato como de sexo, el tiempo que mayoritariamente destinan a escuchar música, oscila entre 1 y 3 horas.



La preferencia por el medio en que les gusta escuchar la música, definitivamente refleja las posibilidades económicas de cada estrato pues mientras en los bajos predomina la radio, en los altos predomina el CD.

Esto probablemente también habla de un deseo de quien prefiere el CD, de organizar su propia selección de música, cosa que no es posible con la radio.

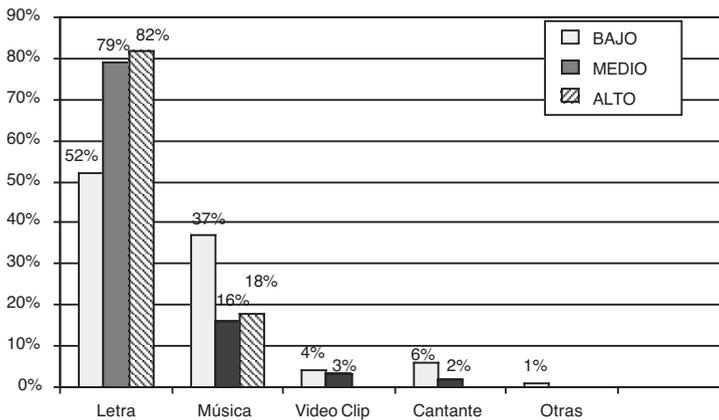
EN QUÉ ESCUCHA MÚSICA



2.1. A qué le dan más importancia

De acuerdo a las respuestas de la encuesta que hicimos, la letra es el elemento más importante para los jóvenes de todos los estratos, siendo esto mayor en los del nivel alto.

A QUÉ LE DA IMPORTANCIA EN UNA CANCIÓN



En contraste con lo anterior, Lull (1992), reseña que en un estudio hecho por él mismo y en otro hecho por Simon Frith –ambos en los 80 y entre jóvenes norteamericanos e ingleses– aparece la música como la dimensión a la que le daban más importancia, por encima de la letra. Lewis (1992), reseñando al mismo Frith, recalca que esta importancia se invertía, al analizar los gustos de los jóvenes de clase media, pues éstos le daban mayor importancia a la letra que los jóvenes de clase trabajadora, quienes se iban por el lado del ritmo y lo bailable de la música.

Nuestros datos etnográficos, corroboran este lugar importante de la letra en el goce de una canción. Un elemento interesante que rompe con el estereotipo de que la música tropical es solo para bailar, es que los jóvenes de sectores bajos además de gozar la música como acompañamiento para el baile, también ponen atención a la letra porque los contenidos van a tono con el ánimo en el que están o en el que se desean colocar o porque les parecen divertidos u originales.

¿Qué clase de música escuchas?

“Salsa más salsa y música romántica y los merengues que significan algo a veces, o sea, que la letra te dice algo”. (Entrevista a chica de NSE bajo de 17 años).

“...yo decidí sentarme en el mueble; al lado mío se encontraba un grupo de chicas cantando al son de la música del grupo ‘DLG’ la canción ‘la quiero a morir’, la miro y le digo ¿bailamos?, no, no puedo me contestó, ‘vamos ¿o qué no te gusta esa canción? le pregunto. ‘No, lo que pasa es que esa canción me hace recordar, discúlpame’..”. (Observación en ‘The Place’, discoteca a la que concurren adolescentes de NSE bajo, septiembre, 1998)

¿Por qué te gusta el regués?

“Las letras son originales, son algo que no es común y pienso que el ritmo, sobre todo me gusta el ritmo”. (Entrevista a chico de NSE bajo de 15 años).

Inclusive, reproducen con exactitud la letra de las canciones, éste el caso de una chica, asidua asistente a discotecas donde se baila *regués* y música tropical:

Qué música es la que te gusta en lo que se refiere a Regué?

Andara es un ritmo un poco más industrial:

“One, Two Andara,
Three, Four Andara,
Five, Six Andara,
baila Andara

A chiqui pon, chiqui pon Andara.
Ritmo que traigo para el bailador
Que le gusta bailar que le gusta el regué
Para que lo muevan en toda discoteca
Yo te voy a hacer mover los pies
Si quieres mover las caderas
Algo que no es de esta tierra
Y quieres algo profundo
Un algo que no es de este mundo
Que le gusta a los vagabundos
Cantando esta nueva canción... cantemos de nuevo.”

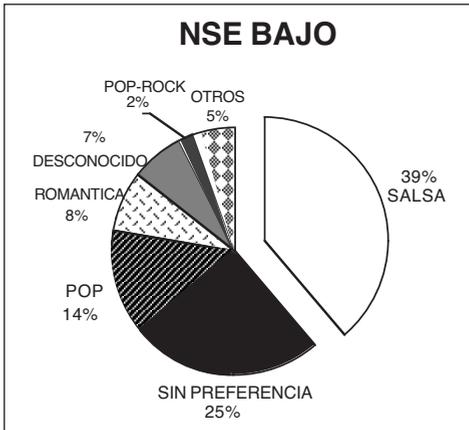
(Entrevista a chica de 20 años de NSE bajo)

Si bien la letra de las canciones es un elemento central, no es lo único importante. El lugar de una canción en un joven va a depender no sólo de los factores propios de la canción como la melodía o la letra; también entran en juego el virtuosismo para ejecutar por parte de los músicos, los arreglos, el ritmo, el contexto en que se escucha, el lugar donde se escucha, la situación, etc.

“No escucho sólo la música; es también la música como intérprete, como artista, su creatividad, su esfuerzo”. (Chico de 17 años de NSE medio).

2.2. Preferencias musicales

La encuesta que realizamos dentro del estudio, revela el peso contundente que tienen la músicaailable –en especial la salsa– y la música romántica y *pop*, frente a otros géneros como el *rock*. Este cuadro que a continuación mostramos fue elaborado en base a la preferencia por cantantes o grupos que declararon los encuestados. Posteriormente, identificamos el género al que pertenecían y reagrupamos las respuestas. Una dificultad que se presentó en este trabajo de recodificación, fue el registro confuso de nombres de cantantes o grupos que hizo difícil ubicarlo en alguna categoría (ej. Basethect, *big boy*). Para esos casos se los ubicó como “desconocidos”.

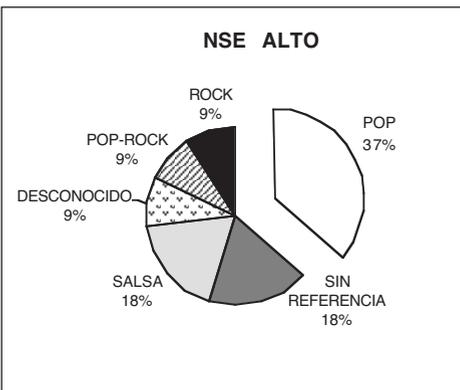
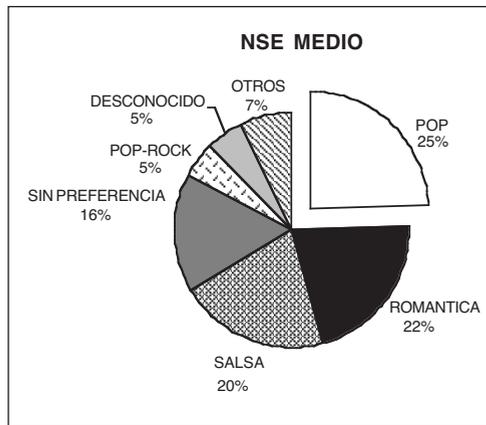


En este caso hemos agrupados los datos según el nivel socio económico (NSE), a fin de poder comparar las similitudes y diferencias en cuanto a preferencias.

Como podemos constatar en los datos que presentamos aquí, la Salsa es el género que predomina entre los jóvenes de NSE bajo, siguiéndole el *Pop* y la música romántica.

A nivel medio y alto predomina el *Pop*. Dentro de este género hemos agrupado cantantes y grupos que cantan en inglés o en español como por ejemplo: los Backstreet Boys, Mercurio, Thalía, Fey, Ricky Martin, George Michael, Torbellino o María Gabriela, esta última cantante local.

La preferencia por el *Rock* solo aparece a nivel alto.



La música romántica es la segunda preferencia del nivel medio y la tercera de los bajos, descartando el “sin preferencia”. En los altos no aparece de ninguna manera.

Curiosamente, la no preferencia ocupa un lugar importante en los 3 estratos.

Algo a resaltar es el hecho de que las diferentes variantes del *hip-hop* que se consumen localmente no hayan aparecido mayormente, pese a que el *regué*, por ejemplo, fue constantemente mencionado en las etnografías. Tal vez un problema sea que se desconozcan o no se recuerden con tanta fuerza el nombre de grupos o *DJ's*—que son los que producen muchas de estas mezclas— porque no circulan por los medios tanto como los grupos de salsa. Puesto que es música solo para bailar (el *house*, el *regué*, el *techno-merengue*), no será muy común escucharla por radio.

3. EL USO DE LA MÚSICA Y EL GUSTO POR DIVERSOS GÉNEROS

Ya desde los años 30 se hicieron estudios entre los jóvenes norteamericanos para conocer el uso que hacían de la música. Lewis (1992) reseña el trabajo de Riesman, publicado en los 50, en el que se menciona que los jóvenes:

“...usaban la música popular para crear significados compartidos socialmente...Los jóvenes se identificaban con cantantes específicos y usaban la música popular como un recurso conversacional, y vía la predicción de qué canciones serían éxitos, creaban y mantenían posiciones de *status* dentro de su grupo de pares”. (Lewis, 1992, págs. 137-138).

Desde entonces muchos estudios han explorado esta dimensión entre los jóvenes. Por ejemplo, gente con gustos musicales definidos, seguidores del *heavy metal*, rechazan la idea de entrar en relación con alguien que es fanático de la música *country*. Entre jóvenes que recién se conocen, los gustos musicales sirven para predecir otras preferencias y estilos de vida. Eso permite tomar decisiones de si les interesa continuar profundizando el contacto o abandonarlo.

Tanto los trabajos de Dick Hebdige, como estudios que se han realizado posteriormente, muestran que la música es un elemento central en las adhesiones grupales y en las construcciones identitarias, en tanto las preferencias musicales expresan un estilo de vida.

Una línea muy larga de estudios y reflexiones ha relacionado el “gusto” con la pertenencia a estratos sociales. Lewis (1992) reseña las ideas y trabajos del sociólogo norteamericano H. Gangs, quien sostenía que habían patrones de consumo más o menos demarcados, que co-

rrespondían a las diversas clases sociales. Estas ideas se pusieron a prueba en los años 70 con una serie de estudios, que si bien en sus primeros análisis parecían confirmar los presupuestos de Gangs, posteriormente mostraban que hay una serie de factores que modulan las preferencias, como es la pertenencia racial, la identidad sexual, el género, la edad, los niveles educativos, la pertenencia religiosa, locación geográfica, etc. Lewis propone entender esta no dependencia del “gusto” a la clase social considerando las características de la sociedad norteamericana:

“Bajo esas condiciones de relativamente alta movilidad social, mayor ingreso discrecional, crédito fácil, distribución eficiente de bienes, una alta tasa de difusión de bienes culturales, consumo conspicuo, y una gran cantidad de tiempo de ocio, el vínculo entre estructura social y estructura cultural se vuelve un problema, no un hecho dado. En lugar de asumirlo como correlativo, es mejor quizás verlo como contingente, problemático, variable y –en un grado mayor del que podemos imaginar– subjetivamente determinado”. (Lewis, 1992, pág. 141).

Ante esto Lewis concluye hipotetizando que entre más complejidad y movilidad hay en una sociedad, menos atribuible a la pertenencia a clases sociales es un determinado gusto, y por el contrario, en sociedades con menor movilidad social, es probable que haya más relación entre la pertenencia a un estrato social y los gustos.

Lewis (1992) propone romper con la mirada unidimensional para entender la constitución del gusto. Plantea considerar simultáneamente las dimensiones *demográfica*, *estética* y la *política*. Para el primer caso, los estudios han abundado en dar pruebas que rasgos demográficos están relacionados con la formación del gusto, pero no es lo único. La dimensión *estética* tiene que ver con la apreciación de aquellos componentes intrínsecos de la música, que están más allá de los contextos de uso o significación social, y que marcan rasgos característicos de géneros. Esta dimensión tiene que ver además con toda la iconografía asociada a dichos géneros, la ropa extra-grande y zapatos deportivos de los raperos, por ejemplo. Finalmente, está la dimensión *política*. Lewis (1992) sugiere usar la tipología de Raymond Williams para entender los gustos culturales desde esta dimensión:

“De *apoyo* de la cultura del poder (hegemónica); (2) *alternativa* a (y en co-existencia con) la cultura del poder; (3) *oposicional* a la cultura del poder”. (pág. 145) (1).

Una consideración importante es que si bien algunos géneros surgieron con un carácter claramente oposicional, como son el *punk* o el *rap* –y ellos provocaron a su alrededor formas de agrupamiento juvenil precisamente a partir de dicho carácter– cuando estos géneros “migran” a otras realidades y públicos, se requiere evaluar con detenimiento si dicha dimensión oposicional se conserva o dado los nuevos contextos, y las particulares elaboraciones locales de esos géneros, esto se desvirtúa. (Lewis, 1992; Giroux, 1994).

La naturaleza del estudio realizado por nosotros –extendido hacia varias dimensiones, más que concentrado en uno o dos ámbitos– no permite acumular la suficiente evidencia en el campo de la música como para dar cuenta a cabalidad de las dimensiones y mecanismos constitutivos del gusto musical, pero los datos a la mano sí nos permiten hipotetizar algunos aspectos que en nuevos estudios deberán ser explorados con profundidad.

Por ejemplo, la forma como están organizados los gustos musicales por clases sociales, podría obedecer a una organización más rígida de la sociedad, en la que la oferta cultural está muy segmentada y por lo tanto también los consumos. Si revisamos los datos etnográficos vamos a constatar que en los espacios de circulación de los diversos grupos sociales, es impensable escuchar música que se “degusta” en otros grupos. Además existen imaginarios y valoraciones muy rígidos y prejuiciados sobre los consumidores “tipo” de los diferentes géneros musicales.

En ese sentido, vemos que la música coadyuva a la demarcación social de los espacios de entretenimiento de los jóvenes. En los bares de los chicos de NSE alto, se escucha música en inglés. En cambio en las discotecas, si bien predomina el inglés, como el centro es el baile, hay más variedad en términos de idioma y géneros musicales.

“La música que se escucha es en su mayoría rock clásico, y es casi siempre la misma. Las canciones las repiten dos y tres veces en una misma noche. Se escuchan grupos como Fleetwood Mac, The Pretenders, Concret Blond, Led Zeppelin, The Doors” (Observación en ‘Zeppelin’, bar al que concurren jóvenes de NSE medio-alto y alto, octubre 16, 1998).

“La música que se oye es en su mayoría en inglés y muy movida. Las canciones que más despiertan ovaciones en coro son: ‘Torn’ de Natalie Imbruglia, el remix (versiónailable) del bolero ‘How do I live’, y por supuesto en español ‘Solamente tú’ de Torbellino y las canciones de Chichi Peralta”.

(Observación en ‘Ópera’, discoteca a la que concurren jóvenes de NSE medio-alto y alto, septiembre, 1998).

Por su parte, en las discotecas donde bailan los chicos de sectores populares, solo se escucha salsa, *regué*, *house* y *merengue*. Estaría fuera de lugar escuchar *rock* o *pop-rock*.

“En ese momento se escucha regué y eso era una locura total. Permanecimos observando cómo bailan por espacio de 30 minutos hasta que cambiaron de música y pusieron salsa...” (Observación en ‘The Place’, discoteca a la que concurren adolescentes de NSE bajo, septiembre, 1998).

El consumo de música, al igual que otros consumos, sirve para hacer distinciones y expresar valoraciones generacionales, sociales, raciales, de género y de preferencias sexuales:

“Llegamos a la casa de Pepe. Debe haber unas treinta o cuarenta personas, hombres y mujeres de unos 40 o 50 años... El discjockey pone una música típica de los padres: boleros viejos y algo de ese merengue que está de moda. Gabriel dice: ‘Ya viene la clásica de ... sin pensarlo dos veces tiré a la pared, le arranqué el vestido y la llené... de amor’, en un tono irónico. Nos reímos. ‘Eso no es más que una violación’ dice Ana. Pepe dice ‘ya mismo ponen las clásicas mezcladitas o el cañonazo del 98...” “*Qué te pasa, que Luis tiene ese CD” dice Gabriel. (Luis es un compañero de clases que es reconocido por sus gustos de salsa y merengue. Generalmente lo criticamos porque no sólo baila esa música, sino que se compra todos los CD). ‘Y qué esperas de Luis... hasta para vestirse es medio salsero con esa ropa chillona.... creo que todos estamos de acuerdo en que no hay peor canción que la de... (Pepe se para para bailar haciendo muecas) cómete un chicle, aunque sea una menta plis, aunque sea una menta, una goma de macar, un caramelo para chupar...’ y todos nos reímos... ‘Y peor el imbécil ese de Puff Daddy (un cantante de rap afroamericano) que Sting le aceptó creo que para que no le digan racista’. ‘Sí –dice Gabriel– y encima se la dedica a este negro pandillero (La versión de I’ll be watching you, de Sting se cantó al estilo de rap con un par de estrofas cambiadas en honor a otro rapero Notorius B.I.J. que murió asesinado), contrabandista, traficante, le dan un par de balazos que bien merecidos se los tiene por pandillero, todos lloran por él y dañan semejante canción encima para cantarle al moreno maldito’. (C.O. dentro del grupo existe un verdadero rechazo al rap, incluso lo tropical es soportable, pero el rap no). Sí –digo yo– sólo para que eliminen a ese moreno justificaría la existencia del Ku Klux Klan... le harían un favor al mundo”....*

“...Nunca me ha gustado Iron Maiden’, comentó. ‘Eso, mujer, es porque no has escuchado ninguna canción...’ me dice Gabriel. ‘Claro que las he escuchado, mi hermano me tiene ya sorda con ese CD’ le digo. ‘Entonces no le has puesto atención a las letras... ya les voy a hacer escuchar un par de canciones para que hablen con propiedad’ dice Gabriel ‘La verdad es que el rock metálico no me gusta mucho’ dice Ana. ‘Es que es música viril –dice Gabriel– y como ustedes son femeninas no les va a gustar’. ‘Pero a mí Manson sí me gusta, bueno, me pasa más que Iron Maiden –digo yo– y algunas cosas de Metallica también y eso es rock metálico...’. ‘Ah –dice Pepe– pero es que Manson tiene algo de femenino’. ‘Cómo, ¿es femenino?’ le pregunto. ‘La música es más melodiosa, no sé... hay más cambios de ritmos. El metal es más pesado, más monótono, a las mujeres no les simpatiza mucho eso’. ‘Manson es un mamarracho. Nada más satánico que los Rolling Stones cantando *Sympathy for the Devil*’ dice Gabriel ‘pero además el metal es también cuando eras medio ‘puber’, tú sabes, casi siempre son los primeros grupos que escuchas, si no escuchabas eso cuando tenías 15 años, todos te juraban medio gay, medio delicado... es música viril, tienes que entenderla para que te llegue hasta el fondo, las portadas con esos dibujos medios góticos, es viril definitivamente’ dice Gabriel”. (Observación entre amigos de NSE medio-alto, durante el cumpleaños del padre de uno de ellos, enero 8, 1999).

La anterior cita, ilustra también la “impunidad” con que se expresan los prejuicios; no hay sanción social al respecto, pero sí hay consecuencias muy serias. Esas valoraciones, justamente porque son espetadas con la mayor candidez, en cualquier circunstancia, cumplen el papel de vigilantes del orden: cualquiera que lo escuche sabrá evaluar en qué lado le corresponde colocarse, del de aquellos que tienen el derecho a emitir esas valoraciones o del lado del que siendo objeto de las mismas, debe mantenerse en su sitio, no cruzar los límites invisibles planteados para ellos.

Otro rol importante que cumple la música, es la de acompañamiento o modulación de los estados de ánimo; sirve para alegrarse, para deprimirse, para alivianarse.

“Me encuentro en mi casa cuando de repente llegan José y Pancho...y me dice José, ‘vamos a chupar’ mientras le contesto ‘¿a dónde?’, ‘a mi casa’ me dice ¿y tus papás y tus hermanos?’ le pregunto, ‘no te preocupes, se fueron a un matrimonio’ me contestó...pregunta Pancho ‘¿y qué vamos a tomar?’ mientras José responde ‘compremos un Trópico grande y lo rebajamos con Tampico’...entramos y José decía ‘siéntense en la sala muchachos que voy a

ver la radio para escuchar música’...dice ‘qué quieren escuchar muchachos, ¿salsa o música de chupa?’. Pancho dijo ‘música de chupa’ y todos quedamos conformes...Le pregunto a Pancho, ‘¿y cómo así me fueron a ver?’; éste se queda pensando un momento y dice ‘me dejó la pelada’...José sintoniza una salsa romántica ‘Volver’ de Tito Gómez. Pancho coge inmediatamente la botella y comienza a repartir el trago (C.O. al parecer a Pancho le cayó como anillo al dedo esta canción y al escucharla no hizo más que tomar y tomar)...Pancho dice ‘ponte Alci Acosta, José’, éste pone sus canciones y todos comenzamos a cantar al ritmo de la música’. (Observación de una reunión para beber alcohol entre 3 amigos de NSE bajo de edades entre 17 y 21 años, agosto 29, 1998).

La música también es un soporte de los valores que se tienen; quien tiene una visión crítica de la sociedad, tiende a buscar músicos y canciones que vayan a tono con dicha crítica, sin embargo, no es sólo esto lo que entra en juego en las elecciones, si seguimos a Lewis (1992) en su reflexión, está también la dimensión estética, la historia musical de la que se viene y también la historia personal. Usualmente quienes son seguidores asiduos de un género, procuran proveerse de información; se ilustran sobre éste; al mismo tiempo que manejan información que la obtienen de revistas, Internet, televisión, conversaciones con amigos, incorporan imaginarios, valoraciones sobre ese género que circulan con la información, reforzando sus valoraciones y su perspectiva estética.

“El rock se conoce por la rebeldía. Desde que comenzaron los negros esclavos a tocar blues, nació de rebeldía y tiene que ver mucho con la política. El rock es más realista, ven al mundo en la forma en que es, como el capitalismo lo envuelve todo”. (Chico de 17 años de NSE medio).

¿Cómo se diferencia el regués?

“Tienen mucha diferencia porque los regués que acabo de mencionar son jamaicanos, o sea tienen un poco más de tropical y menos de industrial, o sea menos sonido de disco como para bailar y se escucha mucho la letra, en cambio la diferencia de tecno-regués es que tiene más música disco, más música para bailar como un ritmo que casi no dice nada, sólo es para música pero es regués también... pero hay otras diferencias, como el regués jamaicano con el tecno o el merengue, salsa, rap; hay muchas mezclas de los ritmos actuales”. (Entrevista a chica de 20 años de NSE bajo).

Por ejemplo, una chica, que por su afiliación social y por ser mujer normalmente consumiría temas más de moda, gusta más bien del rock, la salsa clásica, el jazz, y otros géneros musicales poco comunes. Esto se articula con sus valores y manera de vivir; rechaza la superficialidad y las formas convencionales de vivir y ser mujer. En su relación con la música de su preferencia, busca activamente conocerla y estar en contacto con todo lo vinculado a ella.

“Siempre me gustó la salsa. Cuando estaba en el colegio me gustaba mucho el grupo Niche y allí empecé a escucharla. Antes sólo la escuchaba, pero ahora compro discos de salsa. Luego creces y puedes conocer la historia de ese tipo de música, porque en mi casa nadie escuchaba salsa. Las amistades influyen mucho.. Si hay un tema que te gusta, uno no se queda allí y sigue buscando. Hay programas de televisión y libros o cuando vas a comprar un disco, escuchas las canciones. De esa forma uno se va enterando cómo ha evolucionado la salsa y cómo comenzó” (Entrevista a chica de 22 años clase media-alta, Enero 15, 1999).

4. LAS FAMILIAS MUSICALES Y SUS SEGUIDORES

En base a las encuestas y las etnografías, nos atrevemos a proponer que hay tres grandes consumos musicales en nuestra ciudad: 1) el de lo tropical/hip-hop: que agrupa a jóvenes que ven la música asociada al baile. En términos de los géneros musicales, agrupa la salsa, el merengue, el regués, el rap, y las mezclas *techno* con cualquiera de las anteriores. En cuanto a sus adeptos, son principalmente mujeres de diversos estratos sociales y hombres de estrato bajo y en menor medida de sectores medios. 2) La *pop*/romántica: Los ponemos junto porque muchas producciones y cantantes caen en ambas categorías. Luis Miguel es un buen ejemplo de esto. En este rubro entran hombres y mujeres de todos los sectores sociales, habiendo más peso de los sectores altos y medios. 3) Finalmente, entra el *rock* y todas sus variantes, que es un consumo principalmente masculino, con mayor peso en los sectores altos.

Si bien es obvio que el alineamiento con ciertos géneros hablan de la mayor o menor ruptura con las normas de la sociedad –por ejemplo, es siempre más probable que jóvenes que consumen formas musicales fuera de lo que la mayoría gusta, tiendan a tener un estilo de vida menos convencional– hay que “leer entre líneas” en ambos tipos de con-

sumo para entender cómo subversión y sumisión pugnan en esos consumos. Por ejemplo, el consumo del rock ha sido paradigmático de ruptura, sin embargo, para muchos jóvenes –esos que alguno de nuestros entrevistados llamó “rockeros de closet”– es un consumo que no impone una ruptura ni con padres, ni con sociedad; tal vez en el aprender a hacerse “hombres” entendieron que el *rock* era parte de ello.

Por otro lado, ciertos consumos de música de moda, por las condiciones y situaciones en que se dan, supondrían formas notorias de ruptura. Tal es el caso de la familia tropical/*hip-hop* cuando es bailada desenfrenadamente en las discotecas a las que solo asisten adolescentes, donde la presencia de adultos es sancionada y rechazada, y donde la explosión de erotismo rebasan los límites de la “decencia”. ¿Es ese espíritu dionisiaco que genera esta música una pura imitación de lo que ofrecen los medios? ¿O es aprovechar estas formas pre-elaboradas de expresión musical y corporal para introducir los propios sentimientos –no claramente conscientes– de rechazo a una segregación social muy claramente explicitada en nuestra ciudad?

Muchos de los trabajos de análisis del *hip-hop* en Estados Unidos –matriz musical de muchos géneros bailables de naturaleza erótica que gustan a nuestros jóvenes– justamente analizan la violencia verbal y sexual de sus líricas como expresión de una contundente oposición al orden racista y a la estética blanca (Dyson, 1991; Stephens, 1991; Toner 1998). ¿Será que de alguna manera, en la migración del género a nuestros contextos algo de su carácter oposicional se conserva? ¿El abierto desagrado de los adultos, y de los hombres de sectores altos por estas formas de música y baile es el producto de una adecuada lectura de estas expresiones, como sinónimas de subversión a su orden y a su estética?

En esta misma línea argumentativa trabaja Martín-Barbero (1987) las ideas de Bajtin sobre el *espacio propio* y el *tiempo fuerte*, que operan fuera de las restricciones oficiales de la sociedad. Bajtin pensaba en la Plaza como dicho lugar, entendida ésta a su vez como un lenguaje que operaba fuera de las reglas dominantes:

“Un lenguaje en el que predominan, en el vocabulario y los ademanes, las expresiones *ambiguas*, ambivalentes, que no sólo acumulan y dan salida a lo prohibido, sino que al operar como parodia, como degradación-regeneración, ‘contribuían a una atmósfera de libertad’. Groserías, inju-

rias y blasfemias se revelan condensadoras de las *imágenes* de la vida material y corporal, que liberan lo grotesco y lo cómico, los dos ejes expresivos de la cultura popular”. (Martín-Barbero, 1987, pág. 75).

En todo caso, se requiere una mayor exploración de esta dimensión en futuros estudios, puesto que nuestros registros resultan insuficientes para dar cuenta cabal de esto. Algo que emerge a la simple observación es que el *rock* y el *hip-hop* son formas musicales de consumo casi exclusivo de jóvenes; mientras que la salsa, el merengue, la música romántica y en alguna medida el pop, es consumido también por adultos.

De cualquier manera, no queremos dejar de hacer una entrada más en detalle de lo que significa la música para los jóvenes, y para ello, como muestra usaremos el *rock*. Esta elección –más que un indicativo de consumo masivo o de género que se debe privilegiar porque es más valioso que otros– obedece a su presencia abundante en nuestros registros por razones un poco fortuitas. En nuestra búsqueda de experiencias particulares: la participación en barras de fútbol, la asistencia a conciertos, los consumos femeninos de música, los consumos de adolescentes de clase media, salió el *rock* como tema central. Eso nos condujo a seguir explorando el tema posteriormente.

4.1. El *rock*

El consumir *rock* marca ciertas particularidades entre sus seguidores asiduos: hay un discurso y formas de vida que en mayor o menor grado suponen ruptura con las convenciones sociales; hay cuestionamiento a ciertos valores que predominan en la sociedad: la conformidad con las normas, el consumismo, vivir a la moda, seguir un patrón de vida: profesión, perseguir el dinero como meta de la vida. Hay la admiración de personajes que encarnan valores que para ellos son importantes: cantantes de *rock*, personajes políticos como el Che Guevara o el Sub-comandante Marcos.

Sin embargo, no siempre esas adhesiones a ideas o personas suponen coherencia –al menos la convencional– pues uno de nuestros entrevistados encontraba lógico admirar al Che y a Pinochet al mismo tiempo, y en su discurso había una permanente contradicción entre desear y aborrecer la democracia. Un poco lo que suponemos es que hay la aspiración ingenua a un tipo de gobernante, que con el poder im-

ponga orden y justicia –un poco al estilo de los héroes de ficción–. Aparentemente, piensa que los modelos autoritarios son válidos si ellos traen justicia. Noción problemática que pone en evidencia una visión algo simple de los problemas sociales y políticos.

“Yo tengo la camiseta del Che... Yo soy bien socialista, no me gusta la democracia, creo que es lo peor. Yo he estudiado bastante la vida de Pinochet y la discuto con mi padre... él comparte conmigo mis ideales, porque él es bien demócrata. Pinochet mató a tanta gente, pero él mató por una causa justa, Chile tiene la mejor economía de América y ¿acaso la gente no se estaba muriendo de hambre?” (Rockero de 27 años de estrato medio-bajo).

Escuchar *rock* es llenarse de “energía”, “poder” en tal intensidad que hay que dar rienda suelta a esa energía saltando, moviéndose con frenesí. Precisamente eso es el “*mosh*”, el baile que ellos practican.

Los rockeros son personas con un mundo interior rico, quienes tal vez vía la música –y en unos casos las drogas– han explorado sus demonios. Tienen una necesidad de intensidad emocional que normalmente se las da la música. Los seguidores del *rock* son portadores de una sensibilidad estética poco convencional que los lleva inclusive a reconocer los valores de otros géneros musicales aun cuando no sean de su preferencia.

“A mí me gusta Alci Acosta; desde un año atrás estoy haciendo un estudio de la música tropical, de por qué le gusta tanto a la gente. Encontré en la salsa clásica maravillas... ya me compré un disco, cosa que en mi vida pensé hacerlo y empecé a disfrutar de ese estilo musical... La salsa me hace sentir ‘sabrosón’, ‘pachanguero’, pero es una alegría media boba, no como el rock, que es poder. Me encanta Julio Jaramillo, me gusta el ‘sufridorísimo’ que tiene el pasillo... soy bien sufridor, bien masoquista, cuando escucho esos pasillos malditos. Yo disfruto de la depresión, le puedo sacar provecho a eso, me gusta llegar lo más bajo posible. Yo he llegado a estados de depresión tan grandes de sentarme en una esquina de la Víctor Emilio a llorar. Disfruto de caer y caer y después de levantarse de allí es ‘chévere’”. (Cantante del grupo de rock ‘La Trifullka’, de NSE medio, de 25 años).

Los aditamentos externos son la expresión tanto de la particular estética como del intenso mundo interno de los rockeros. Cada elemento que colocan en su cuerpo trata de marcar la distinción con lo convencional, de moda. Estos elementos (ropa, tatuajes, aretes, corte de

pelo, etc.) expresan sus valores y experiencias vividas. Los elementos con que definen la apariencia externa de su cuerpo constituyen signos, símbolos que parcialmente dicen algo a los demás, pero que su sentido /sin sentido último es propiedad del dueño de ese cuerpo. Los accesorios y tatuajes, son las marcas del mapa de sus vida, son hitos significativos de momentos; son recordatorios de situaciones. Los tatuajes son historias de vida escritas en la piel.

A pesar de que portan señas de identidad características, como la ropa oscura, el pelo largo y accesorios de metal o cuero, ellos pugnan por la invisibilidad, no desean ser notados. Para ellos, los que viven pendiente de la opinión de los demás son los que gustan llamar la atención.

Se forja una comunidad emocional muy fuerte entre quienes comparten el gusto por el *rock*: los músicos son al mismo tiempo la audiencia estable de los conciertos, son los *fans* y seguidores de los otros grupos. Hay una corriente de fraternidad, de “somos los mismos de siempre” cuando están juntos en las presentaciones de grupos de *rock*. Todos se saben las canciones de todos y las corean.

Frente a un entorno que les es hostil, hay una necesidad de apoyarse, de andar juntos, de crear sus propios territorios fijos, sus “lugares” –en el sentido planteado por Augé (1996)– como los bares, parques, esquinas, en los que se encuentran regularmente. Ellos crean también territorios móviles, transitorios como los que producen en carros, casas de gente “normal”, cuando les permiten poner su música, la que cargan con ellos todo el tiempo. Aun cuando algunos no participen regularmente de esos espacios de socialidad propios de los rockeros, tienen un sentido de pertenencia difuso dado por el saber que hay otros como ellos que gustan de lo mismo que ellos y que eso los hace diferentes a los demás. Encarnan así la dimensión neo-tribal que Maffesoli (1990) apunta como señal de los nuevos tiempos.

“Cuando salgo con mis amigos rockeros vamos a conciertos, vamos a ensayos de bandas o vamos a una casa a escuchar rock y tomarnos nuestras cervezas o tratamos de encontrar un bar vacío para poner nuestro cassette...Siempre cargo mis cassettes, porque en los buses nos invaden con tanta música horrible que cuando vas en el auto de un amigo y puedes poner tu cassette, es un alivio”. (Chica de NSE medio, de 19 años, fanática del rock).

De acuerdo a lo registrado en las etnografías, los seguidores asiduos del rock son jóvenes, mayoritariamente hombres de diferentes

clases sociales, aunque quienes hacen presencia pública en eventos y lugares parecerían ser más chicos de clase media y media-baja. Los fanáticos del rock de clase alta no circulan por estos lugares. Son lo que una entrevistada llamó “rockeros de closet”.

Tienen preferencias de consumos diferentes al común de jóvenes de su edad: el *rock* que escuchan no es el que circula por los circuitos comerciales de los medios de comunicación. Ellos tienen sus propios circuitos de circulación: sus tiendas, sus revistas, sus restringidísimos espacios en radios y en periódicos. Gustan de las películas de ciencia-ficción, leen novelas, libros de filosofía oriental, de auto-ayuda y comics. Disfrutan realizando deportes de riesgo, como el *surf* o el patinaje.

La participación de mujeres es muy pequeña, pero ellas comparten los mismos consumos y valoraciones que los hombres rockeros y eso las hace chicas diferentes, raras a quienes les cuesta encontrar amigas porque no se sienten cómodas con la formas como viven y piensan la mayoría de las mujeres.

“Las rockeras tienen el mal de no tener amigas. A veces me enoja ser diferente por esa razón. Una tiene el gajo de amigos, pero nada de amigas. Si yo fuera una adolescente y viera una banda de mujeres tocando, sentiría el rock como más mío, me sentiría como más en casa, tendría algo con qué identificarme, las letras serían más acordes a mí, ya no serían sólo ellos... hay relación entre el rock y los deportes extremos como el skate, el surf, el sky – diving y todos esos deportes peligrosos, porque produce emociones fuertes. A mí me gusta jugar fútbol y nadar, meterme en las olas... El fútbol es mi deporte favorito. Me gusta verlo y jugarlo. Es un deporte de contacto y de inteligencia, hay que pensar, hay garra, hay que coger la pelota y quitarla... soy miembro de la selección femenina de fútbol de mi universidad”.
(Chica de NSE medio, de 19 años, fanática del rock).

Los datos de las observaciones y entrevistas muestran que hay un rechazo a la idea segregación entre seguidores de las diferentes familias del *rock*. En una revista que se elabora en la ciudad el lema central es “muera el racismo musical, viva la mente abierta”. En los conciertos se escucha al mismo tiempo *heavy metal*, *speed rock*, *ska*, *punk*, *trash*, *pop-rock* y fusiones entre el *rap* y *rock*. Así como se evidencia signos de fusión musical, hay igualmente una tendencia hacia la fusión de los estilos de vestir. En las conversaciones, videos y datos de observación de campo aparecen jóvenes que teniendo la apariencia de raperos, igual

consumen o producen *rock*, o patinadores que incorporan signos característicos de los rockeros como parte de su vestimenta (ropa negra, anillos con calaveras, cadenas) y visten las ropas holgadas y gorra de *baseball* características de los raperos.

Hay una producción de revistas y *fanzines* muy restringida. Ese material reproduce la estética predominante en el rock en muchas partes: la de lo horroroso-asqueroso-chocante. Los nombres de algunos grupos locales de rock van también en esa línea: *Nohimen*, *Dying Fetus*, *K-K*, *Chancro Duro*. En otros grupos predomina la estética visual, lírica y musical de la muerte, la desesperanza, lo oscuro, lo macabro. Algunos nombres de grupos reflejan eso: *Necrofobia*, *Mortem*, *Ultratumba*, *Moral Abajo*, *Notoken*. Otros tienen una actitud beligerante, rabiosa, rebelde, anárquica frente a la sociedad y su estética también gira alrededor de eso. Nombres de grupos: *KAOS*, *Maltrato Público*, *Enemigo Público*, *la Trifullka*, *Políticos No*.

Si bien en la tradición Europea y aquella de influencia anglosajona (EE.UU., Nueva Zelanda, Australia, etc.) la estética puede llegar a ser extrema: culto a lo satánico, sexualidad explícita en los textos, regodeo en lo putrefacto, en la sangre, en los excrementos; apología del asesinato o del suicidio; ninguno de los grupos locales parece adherirse a estas formas extremas de expresión.

El amor romántico clásico es un tema recurrente en las canciones de los rockeros, y muchas de ellas usan frases que son cliché en la lírica de los boleros de amor. Algunas de las frases que registramos en conciertos eran: “olvidarte es algo que no consigo”, “te fuiste y no volverás”, “me destruiste”, “rompiste mi corazón”. En otros casos el tratamiento del amor va en la línea de la estética de lo grotesco: en una canción que hacía alusión al abandono del muchacho por parte de la chica, en una parte decía así: “yo que le daba chifle, galleta y pizza, comía como una hija de puta”.

A propósito de lo anterior, parecería haber una visión tradicional de las relaciones amorosas y del tipo de chica al que se aspira, para el caso de los varones. Ellos quieren chicas “normales”, no a las raras que rompen con las formas convencionales de ser mujer.

La adhesión al *rock* como estilo de vida, crea una tensión en las relaciones con la familia que no implican ruptura. Si bien saben que hay desacuerdo de los padres con esta adhesión, no se percibe que los hostiguen de forma extrema por ello.

5. BIBLIOGRAFÍA

AUGÉ, Marc

- 1996 *Los "no lugares", Espacios del anonimato*, Editorial Gedisa, Barcelona.

CHERRINGTON, Ruth

- 1988 "Youth in Britain Today: no change there, then?", en *Youth Culture and Fashion*, British Studies Web Pages - British Council, Third issue, 1998: 1-8.

DYSON, Michael Eric

- 1991 "Performance, protest and Prophecy in the culture of hip-hop", en J. M. Spencer (ed.) *The emergency of black and the emergence of rap*. Special issue of "Black Sacred Music: A Journal of Theomusicology". Duke University Press, Vol. 5 N° 1, Spring, 1991.

GIROUX, Henry A.

- 1994 *Doing Cultural Studies: Youth and the Challenge of Pedagogy*, *Harvard Educational Review*, Vol. 64 N° 3, fall 1994, 1-25.

HESMONDHALGH, David

- 1998 "Repensar la música popular después del rock y el soul", en J. Curran, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación*, Ed. Paidós, Barcelona.

LEWIS, George H.

- 1992 "Who do you love? The dimensions of musical taste", en J. Lull, *Popular Music and communication*, 2ª edición, Sage Publications, Newbury Park, CA.

LULL, James

- 1992 "Popular music and communication, an introduction", en J. Lull, *Popular Music and communication*, 2ª edición, Sage Publications, Newbury Park, CA.

MAFFESOLI, Michel

- 1990 *El tiempo de las tribus*, Ed. Icaria, Barcelona.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

- 1987 *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y hegemonía*, Ed. Gustavo Gili, México.

MUÑOZ, Germán

- 1998 “Consumos culturales y nuevas sensibilidades”, en H.J. Cubides, M.C. Laverde Toscano y C.E. Valderrama (Eds.), *Viviendo a todas*, Fundación Universidad Central y Siglo del Hombre Ediciones, Bogotá.

REGUILLO, Rossana

- 1996 “El año dos mil. Ética, política y estéticas: Imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles”, en *Seminario Internacional ¿Qué sabemos de los jóvenes? Estado del arte de la investigación sobre juventud*, Bogotá, 4, 5 y 6 de Septiembre de 1996.

SEMINARIO INTERNACIONAL *¿Qué sabemos de los jóvenes? Estado del arte de la investigación sobre juventud*. Bogotá, 4, 5 y 6 de Septiembre de 1996.

STEPHENS, Ronald Jemal

- 1991 “The three waves of contemporary rap music”. en J. M. Spencer (ed.) *The emergency of black and the emergence of rap*. Special issue of “Black Sacred Music: A Journal of Theomusicology”, Duke University Press, Vol. 5 N° 1, Spring, 1991.

TONER, Anki

- 1998 *Hip-Hop*. Ediciones celeste, Madrid.

LA DISOLUCIÓN DE LO SOCIAL EN LA SOCIALIDAD DE UNA COMUNIDAD EMOCIONAL

Carlos Tutivén

“Enfrentando la masificada diseminación de sus anonimatos, y fuertemente conectada a las redes de la cultura-mundo del audiovisual, la heterogeneidad de las tribus urbanas nos descubre la radicalidad de las transformaciones que atraviesa el *nosotros*, la profunda reconfiguración de la socialidad”.

Jesús-Martín Barbero

INTRODUCCIÓN

La comprensión de la socialización en las Culturas Juveniles de Guayaquil parte de la teoría de qué son los consumos de los objetos culturales (música, moda, marcas) que la industria del espectáculo y del entretenimiento ofrecen, los mediadores que estructuran en buena medida los vínculos sociales entre los jóvenes, así como sus cosmovisiones, sus valoraciones, sus códigos de reconocimiento social. Ofertas y consumos que se dan a través de los circuitos de la economía-mundo, trascendiendo los territorios locales y las memorias tradicionales.

La sociabilidad juvenil no puede ser entendida sin la *cultura del audiovisual*, la cual se constituye por la mediación de los consumos culturales industrializados en la relación con el otro y la diversidad del mundo. Esta combinación de referentes crea “atmósferas culturales” las cuales son espacios de intercambios y de reconocimiento social, pero también de exclusión y rechazo. Una de esas atmósferas es llamada *tecnofascinación*, la cual se caracteriza por el sobredimensionamiento de la parte imaginaria del vínculo humano sobre la parte simbólica, lo que acarrea ciertas problemáticas culturales, como el de la apatía existencial, la desmovilización ciudadana, el neosegregacionismo y, sobre todo, el consumismo a ultranza de imágenes vertiginosas que desorbitan

el sentido racional y la imaginación productora de nuevos símbolos que crean pertenencia comunitaria. Pero las nuevas formas de sociabilidad también auguran nuevas maneras de encontrarse con el otro, nuevos modos de combinar los afectos y las ideas, nuevos espacios para la interacción y la solidaridad; en definitiva, nuevas sensibilidades, que permiten esperar otros órdenes y otra cultura.

1. LAS TRANSFORMACIONES DE LO SOCIAL MODERNO

Para comprender las peculiaridades de las culturas juveniles contemporáneas es imprescindible entender cómo se han transformado las lógicas de la organización social moderna y dentro de ésta los modos de asociarse, de vincularse de quienes viven en las grandes ciudades, lo que nos remite a preguntarnos por la sociabilidad y su dinámica intrínseca.

Los jóvenes de hoy, de comienzo del siglo XXI, son los partícipes de unas transformaciones de lo social que dista mucho del que había a mediados del siglo XX, tanto en el mundo desarrollado, como en los de América Latina. Los cambios acontecidos se registran a partir del fracaso de algunas ideologías que animaban los proyectos de cambio social (Socialismo de Estado y Neoliberalismo) y que tenían a los jóvenes como el sujeto privilegiado para lograrlo. Los escenarios que otorgaban el sentido cultural o contracultural a los jóvenes de los años sesenta, por ejemplo, ya no son los mismos que ahora, pues tanto el Estado-nación, como el capitalismo industrial o de desarrollo están sufriendo sendos cambios estructurales. La configuración del capitalismo postmoderno, caracterizado por los mercados transnacionales y la virtualización de las finanzas globales gracias a la revolución informática y comunicacional ha desquiciado el anterior orden desde donde se delineaban las estrategias políticas del Estado-nación como de los actores sociales que intervenían en ese marco de acción. Las comunicaciones satelitales, las migraciones poblacionales intra e internacionales, han alterado el espacio y el tiempo de la sociabilidad civil, lo que ha implicado el estallido de viejas formas de reconocimiento social y la creación de nuevas formas, ligadas algunas a las nuevas tecnologías y, otras, a la sobrevivencia diaria, la pobreza lacerante, el trabajo informal, lo que ha requerido de imaginación y producción simbólica *sui generis*, o la resignación y huida masiva. En este marco sociológico de transformaciones macro y micro ubicamos el universo de las culturas juveniles

y, desde ellas, trataremos de delinear el difuso perfil de la sociabilidad contemporánea con sus nuevas oportunidades de cambio, como de sus nuevas problemáticas, muchas de éstas preocupantes.

Los cambios en la sociabilidad postmoderna testimonian una crisis del “fundamento” de la sociabilidad moderna clásica basada y deseada en el contrato social, donde los individuos libres, educados y soberanos pactan racionalmente entre sí para lograr la consecución de fines comunes que garanticen la sobrevivencia de la especie y del orden social regulador. Esta crisis del fundamento de lo social afecta a los mecanismos de socialización que funcionaban desde la autoridad racional de la familia y la escuela, ambas instituciones encargadas de formar al ciudadano de provecho. Para Rossana Reguillo, investigadora social mexicana, tanto la universidad como la escuela atraviesan una crisis de legitimidad frente al nuevo contexto epocal:

“A pocos años del comienzo de un nuevo milenio, la universidad con un modelo que se mantiene en pie (un profesor ante un grupo, conocimiento centrado prioritariamente en contenidos, educación medida en términos de resultados y no de procesos) ha sido seriamente cuestionada. Entre otras cosas, por la irrupción de los medios masivos de comunicación que se constituyen hoy en verdaderos *agentes socializadores* alternativos; por el desanclaje espacio-temporal operado por la modernidad avanzada y, especialmente por el agotamiento de los metarrelatos que se ven cuestionados desde dentro por la incapacidad estructural de realizar las promesas de desarrollo: por ejemplo, hoy como nunca la incertidumbre del futuro cuestiona la escuela como institución trampolín para la movilidad social” (Reguillo, 1997. Los subrayados son míos).

Como se sabe, la modernidad en tanto proyecto de vida civilizada inaugura una pregunta por su “ser histórico” en el momento en que abandonó a Dios como fundamento trascendental del orden social establecido. Retira a la religión del lugar del poder constituyente y otorga a los hombres competentes en el uso de la razón la misión de organizarse y autolegislarse. El nuevo orden secular es un orden autónomo *producido* desde y para la racionalidad humana, y no como el anterior, recibido por la autoridad externa de la ley divina, encargada al Papa, o al Rey. La modernidad instala una sociedad que se gobernará a sí misma y extraerá de sí misma su autoridad. Fundará un orden autónomo, es decir, capaz de darse a sí mismo la ley que lo rige y lo regula.

Para sostener esta revolución laica se requerirá de un pacto social, basado en el diálogo entre seres razonantes que delegarán en una instancia superior la autoridad para dirimir los conflictos, las desavenencias. Esta instancia es el Estado de Derecho que amparado en una nación y en un territorio creará la identidad de los nuevos estados nacionales y con ello el horizonte de sentido y de acción para los pueblos que aceptan estar bajo su protección. El Estado nación forjará los valores del nacionalismo, el historicismo, y el patriotismo, y desde la escuela, especialmente, alimentará las adherencias civiles formales como los sentimientos de pertenencia. Paralelamente, se consolidará otro espacio, el del intercambio mercantil, lugar de forjamiento del capitalismo y que fungirá desde los comienzos de la modernidad, como el gran dínamo de las transformaciones sociales, en la medida en que creará los mecanismos para el crecimiento económico por vías productivas, lo que requerirá del concurso de las tecnologías y de la ciencias. El mercado capitalista organizará la sociedad civil como una sociedad donde el trabajo es el eje articulador de las dinámicas sociales urbanas. Por otro lado, los modernismos de principios del siglo XX, serán las respuestas que desde la estética y el pensamiento crítico, construyen los artistas, los filósofos, y los escritores contra el orden establecido de una burguesía que requería de valores sólidos y rígidos para consolidar el nuevo sistema.

Pero a mediados del siglo XX, luego de la segunda guerra mundial, a comienzos de los años sesenta aproximadamente, se produce un cambio profundo en la modernidad y dentro de ella, en el corazón de su ser modernizador, el capitalismo, acarreado una mutación profunda en la sociabilidad fundamentada en el pacto racional. El capitalismo de los países hegemónicos, desarrollados por una tecnociencia de punta, dejará de ser un capitalismo organizado desde el trabajo y la producción industrial centralizada para convertirse en un “capitalismo desorganizado”, financiero, especulativo y transnacional. Este cambio en la lógica de producción alterará no sólo la organización social clásica sino las dinámicas urbanas de la cultura. Esto es posible gracias a la comunicación satelital y a la digitalización de la información, dos nuevos sistemas que insuflarán a la mercantilización una dinámica vertiginosa que favorecerá la reproducción ampliada del capital neutralizando la capacidad de regulación del estado nacional y multiplicando con la misma vertiginosidad las ofertas, las demandas y las subjetividades de los consumidores aupados desde la publicidad mundial.

La reproducción “virtual” del capitalismo de fin de siglo afectará profundamente la organización social del trabajo, pero sobre todo afectará a los mundos de la vida cotidiana, lo que implicará los modos y los ámbitos de la sociabilidad entre los sujetos. ¿Por qué? Porque la expansión intensiva del mercado deberá su éxito a la creciente diferenciación de los productos de consumo con el objetivo de promover la *particularización* de los gustos y el aumento de las opciones (Santos B. De Sousa, 1997). La particularización lograda por los mercados diferenciales explotan los fundamentos narcisistas del yo, la base narcisista del vínculo y el intercambio. Además, los gustos y las opciones son dimensiones subjetivas que corresponden a sistemas de acción social que implican al otro, al prójimo, y es con él que se establecen los lazos sociales. Cuando esta sociabilidad se fundamenta en la particularización del yo, del gusto personal, del deseo humano, la construcción del otro se hará a imagen y semejanza de la satisfacción personal, potenciada por el consumismo.

El consumismo será en los noventas el gran mediador en las relaciones intersubjetivas y el catalizador de un hedonismo pseudo redentor. Pero antes de ahondar en este aspecto del problema de la sociabilidad es necesario comprender cómo el mercado transnacional se volverá el horizonte de todo sentido de regulación y des-regulación, de orden y caos social. Este panorama marcará el final del principio legitimador del Estado planificador, centralizado y sobre todo del contrato social tradicional y del sujeto que lo permite, racional y consensual. Pero lo más grave será el desvanecimiento del horizonte de sentido que sostenía la ideología del progreso dentro del marco legitimante del Estado-nación. Con ello el vínculo social pierde uno de sus pilares fundadores quedando sólo el del mercado y el de la comunidad, del cual hablaremos más adelante.

La primera consecuencia que se puede extraer de este análisis es que el Estado irremediamente perderá mucho de su autoridad y autonomía y delegará, desbordado por las tareas incumplidas, algunas de las funciones de cohesión social a la sociedad civil, la misma que —como diría Hegel— es el mundo de los intereses privados y egoístas amplificados por la ideología neoliberal de la competitividad en búsqueda de la excelencia. Si a esta realidad le sumamos las nuevas condiciones de la sociabilidad consumista, caracterizada por el fetiche de la imagen y la obsolescencia de los productos de consumo y sus valores concomitan-

tes, tendremos la creación de un sujeto privatizado (Castoriadis, 1996). Así la garantía racional universal del pacto social con el cual se fundó y se legitimó el Estado moderno se relativiza a tal punto que:

“... la privatización del mundo de la vida conecta con la privatización del mundo económico y la erosión del tejido societal legitimadas por la racionalidad que despliega la política neoliberal –crecimiento de la desigualdad, concentración del ingreso, reducción del gasto social, deterioro de la escena pública– que está llevando la atomización social hasta el deterioro de los mecanismos básicos de la cohesión política y cultural, así como desgastando sus representaciones simbólicas hasta el punto que la legítima defensa de las identidades desemboca en la devaluación de un horizonte mínimo común”. (Barbero J-M., 1997).

El desdibujamiento del horizonte común que antes lo representaba la universalidad del Estado con todos sus proyectos de progreso y modernización, devalúa no sólo la memoria histórica, con la cual se legitimó la cohesión nacional, sino las representaciones simbólicas con las cuales se construyen las identidades sociales, los grupos de pertenencia a un todo orgánico:

“el proceso de transnacionalización no tiene lugar fuera sino al interior de cada nación: mediante una *desocialización* del Estado que legitima la disolución de *lo público*, esto es su *privatización*. El mercado queda así libre de amarras, desregulado, y convertido en el dinamismo fundamental de una transnacionalización que tiene como escenario estratégico la renovación tecnológica de la información y la comunicación”. (Barbero J-M, 1997).

La crisis de sentido que abre esta situación la encontramos encarnada con nitidez en los sujetos privatizados que al sentirse desvinculados de las fuerzas coactivas del Estado, creen ganar cierta autonomía cuando deciden qué compran, qué eligen, pero pierden dicha autonomía al mismo tiempo que están privados de un horizonte común, de una referencia universal de apelación que le conteste la pregunta: ¿para qué compran y para qué trabajan? ¿Qué sociedad quieren? ¿Cómo no va a generarse un desasosiego generalizado en esos sujetos privatizados desde el momento mismo en que se desdibuja un horizonte de sentido común? ¿No explica esta condición el comienzo del ascenso de la insignificancia cultural de la que nos habla el filósofo Cornelius Castoriadis?

(1996) ¿Son los jóvenes portadores de este tipo de desencanto postmoderno? ¿O más bien representan el final de una utopía y el comienzo de otra que está aún lejos de definirse?

Para empezar a desbrozar la complejidad del asunto empezaremos por plantear que los sujetos que habitan en las Culturas Juveniles a la vez que expresan en la máscara de una identidad nómada una libertad privada, terminan perdiendo la misma en la mascarada de un presente atomizado y sin sentido global, dando a esa identidad el sabor del extravío.

“¿Existe proyecto personal de sujeto sin un horizonte estable de sentido? (...) ¿De dónde ha de serle conferida una autoimagen válida al sujeto, una vez disuelto en dispersas descripciones de sí mismo y confrontado a la materia incandescente de su identidad discreta, incluso cinematográfica, lanzada hacia una mirada de pequeñas historias que el nuevo mundo le propone?”. (Hopenhayn, 1997).

2. DE LA SOCIABILIDAD MODERNA A LA SOCIALIDAD POSTMODERNA

“Una propuesta radical sería (...) la de considerar a la juventud como un fenómeno global (...) *postular la existencia de sustratos juveniles desterritorializados*, para en seguida, en abstracto, reunirlos en cuanto objetos sociológicos. Los países, las sociedades nacionales, ya no serían el foco central para la definición territorial de nuestra temática, sino que lo sería un conjunto de elementos –maneras de pensar, de vestirse, de comunicarse, de comportarse– (...) La ‘juventud’ se entendería como el cruzamiento de estas maneras de ser, permitiéndonos comprenderla en su extensión mundializada”.

Germán Muñoz

La crisis del Estado nación, el auge casi infinito del mercado mundial, y la planetarización de las comunicaciones han hecho estallar los moldes desde donde se organizaba la vida social moderna. También han sucumbido los paradigmas de interpretación sociológica y antropológica de la sociabilidad clásica. Al pacto social racional hoy le sigue la comunidad emocional. Desdibujado el horizonte del progreso en los imaginarios sociales desencantados ya sea por el exceso de tecnología “deshumanizante” en los países desarrollados, o por la pobreza endémica en los países del tercer mundo, lo que ha quedado es el sentimien-

to gregario de la comunidad, lo que explica, en parte, el auge de los nacionalismos inveterados, los racismos de toda ralea y los fundamentalismos religiosos. Pero en el occidente capitalista y tecnológico, el sentimiento gregario se da en lo que Maffesoli llama *Comunidad Emocional* (Maffesoli, 1990).

Hoy, parece ser que los jóvenes se arremolinan en torno a sentimientos y emociones “biorrítmicas”, poco claras, difusas y pendulares en sus intensidades, pero a la vez presentes y legibles por sus efectos en la superficie del cuerpo, del cuerpo físico como del social. Estas nuevas formas de agruparse en torno a emociones han llevado a Maffesoli a anunciar la creación de un neotribalismo urbano, donde los grupos cuya consistencia, si bien precaria, no está lograda por la racionalidad de los acuerdos e intereses, es intensamente mantenida por puestas en común de sensibilidades y afectos.

Las agregaciones juveniles se amontonan en torno a la ausencia de un “para qué”, de una explicación argumentada, de una teleología que indique el camino a seguir en el futuro. En vez de esto, las fuerzas del juntarse se animan por “atmósferas” que dependen más del evento situacional y pulsional, que de una ética del objetivo, del “deber ser”, de la misión o de la finalidad. Los jóvenes de nuestra investigación al ser preguntados por la finalidad de sus acciones, de sus estudios, de sus carreras, o en general de sus vidas, contestaban con respuestas prefabricadas por los adultos, y los más sinceros confesaban su perplejidad, a lo sumo respondían que deseaban obtener “el éxito”, lo que significaba poseer un automóvil BMW, una casa y mucho dinero. Difícilmente se hallaban respuestas en el orden de lo político transformador, si las había estaban poco elaboradas y confusas, como cuando un líder juvenil de la barra de fútbol La Sur Oscura ponía en el mismo plano de su admiración revolucionaria al Che Guevara y a Pinochet.

De la solidaridad mecánica amparada en una racionalidad cuyo fin es el logro de objetivos ordenados según finalidades calculadas para empresas productivas, o llevadas a cabo por valores éticos normativos para empresas sociales, hemos pasado a una solidaridad no de individuos únicamente razonantes, sino de personas abiertas al tránsito de las identificaciones que se atraen y se repulsan en un asimilamiento emocional, más que grupos, “comunidades de sentido”. Las Culturas Juveniles encarnan estas solidaridades emocionales, que giran en torno a intensidades compartidas en un concierto de rock, o en un partido de

fútbol, o alrededor del fanatismo hacia una película de cine. Ilustrativo de lo mencionado se encuentra en los coleccionistas de juguetes de Stars Wars, o de posters de los ídolos del momento. Los estudios culturales prefieren hablar de *persona* para rescatar el sentido emocional del término y oponerlo al de individuo con su aspecto racionalizante. También se rescatará el término *máscara* para designar el carácter dramático de la persona, capaz de representar varios papeles en la vida cotidiana, como de cambiar de identidades culturales según la ocasión. El chat en el internet es el ejemplo más sintomático de esta máscara que cambia constantemente en búsqueda del otro diferente, excitante, especial.

Lo que caracteriza esta socialidad postmoderna es el abandono de referentes históricos fijos e inmutables, que antes definían las identidades culturales tradicionales. Hoy los referentes se relativizan por la velocidad de los acontecimientos, o se disuelven por la caducidad de su significación, o simplemente se han hibridizado al mezclarse con nuevos, como sucede en ciertos géneros musicales del tipo technomerenge, jazzlatino, rockjamaicano, etc. La socialidad contemporánea responde a la modernidad del capitalismo tardío que trae como una de sus consecuencias, en el plano social, la emergencia de unas “gramáticas de las formas de vida” (Habermas, 1981), es decir, de unas lógicas donde lo que importa es la expresión de sensibilidades más que de racionalidades, los universos simbólicos, más que los objetos materiales, las valoraciones más que las ideologías. La gente quiere expresarse y para ello acude a lo más próximo sin importarle la coherencia de sus selecciones, ni el sentido sinérgico de las significaciones culturales.

¿Cómo percibimos las socialidades juveniles en Guayaquil? Para empezar desde la fractura entre el espacio como territorio, el tiempo como experiencia emocional y la identidad como dialéctica de construcción-deconstrucción de máscaras. También pueden configurarse desde las trayectorias y recorridos de la ciudad que dejan huellas y marcas en los lugares, en las plazas, en las paredes, hasta en los asientos de un colectivo. Los graffitis, los tatuajes, los espacios de reconocimiento son los códigos de la socialidad emocional de las tribus urbanas.

Las características de esta nueva socialidad las trabajaremos desde las lógicas de la identificación-identidad mediada por la cultura audiovisual, cultura que abrocha el vínculo social a unos imaginarios de reconocimiento para la inclusión o la exclusión. Conductas sociales que se perciben con mucha nitidez en las pandillas juveniles, como en aque-

llas agrupaciones que se ligan por las modas y las músicas que consumen. La socialidad del audiovisual se genera a partir de los consumos mediáticos que imponen a la imagen como el principal referente articulador entre los jóvenes y sus contexto de vida en una urbanidad des-territorializada y enchufada a todo tipo de flujos informáticos.

El vivir actual no quiere entenderse con el presente sino a condición de desentenderse de las contradicciones, de las exigencias, de los esfuerzos que se requieren para lograr una autonomía, una autosuficiencia, o mejor una reflexividad (Giddens,1993). Es más, al final del callejón desvalido de los proyectos emancipatorios que encarnaron algunos movimientos juveniles de los años sesenta y setenta, las actuales configuraciones sociales son una especie de gelatinosa adscripción al Otro del consumo con sus ilimitadas significaciones imaginarias encubriendo una realidad que se muestra sin densidad, sin proyectualidad, ni espesor, no animada por contradicciones, ni conflictos problematizados, sino por un situacionismo paradójal que protagonizan. Pero a la vez, no podemos dejar de considerar que la cultura audiovisual se articula con las dinámicas urbanas de las prácticas culturales cotidianas, lugares estratégicos para la nueva comprensión de cómo se forjan hoy las identidades y los sentidos de convivencia; por ello, la comunicación será el eje problematizador que sirva para pensar las culturas juveniles una vez en crisis los sistemas de representación epistemológica de las ciencias de lo social y la cultura.

3. LA CULTURA DEL AUDIOVISUAL Y EL PRESENTISMO QUE INSTITUYEN

“Lo que las Ciencias Sociales no pueden ignorar hoy es que los nuevos modos de simbolización y ritualización del lazo social se hallan cada día más entrelazados en las redes comunicacionales y en los flujos informacionales” (Barbero, 1997).

La comunicación se ha convertido en el campo más fructífero para pensar los problemas cotidianos y mundiales, en especial para entender los nuevos modos de simbolización y ritualización del lazo social que se hallan cada día mas entrelazados a las redes comunicacionales y los flujos informacionales. Estudiarla implica atender no sólo a los distintos planos de la comunicación (intrapersonal, interpersonal, grupal, institucional, masiva, telemática) sino, y sobre todo, a los procesos co-

municativos, más amplios y más complejos. Estos procesos sitúan a los sujetos en ámbitos o contextos comunicativos mediados por las prácticas, las recepciones, los usos y los consumos culturales, por ello la comunicación es también cultura, cultura cotidiana.

Para Germán Muñoz, investigador colombiano, los jóvenes son “objetos sociológicos” desterritorializados debido a la mundialización de los consumos, desde ahí, las maneras de ser, de pensar, de comunicarse, los estilos de vida, están constituyendo las identidades postmodernas. Estas identidades se estructuran menos por las lógicas de los Estados que de los mercados, que en vez de fundamentarse en las comunicaciones orales y escritas, que exigen espacios de proximidad, memoria y tradición, se estructuran, hallan su armazón inconsistente, en la producción industrial de una cultura mediada por el nuevo *sensorium* tecnológico, este *sensorium* es una sensibilidad, unas maneras de percibir la realidad ligada a la *tecnicidad*.

La tecnicidad es una dimensión constitutiva de cualquier sociedad, organiza la percepción y permite el diseño de las prácticas que transforman la realidad material y espiritual. No solamente implica transformaciones en el conocer y del hacer, del ver, del percibir y el crear, sino que interviene en los ejercicios del poder, del control social, de los impases políticos como de los retos éticos y morales (Barbero, J.M., 1997). La tecnicidad es al ámbito obligado de la praxis, de la acción productiva, y abre la pregunta por las posibilidades que se inauguran con cada nueva tecnología, como por los costos sociales que se pagan por sus efectos nocivos en la vida social. En la era de la electrónica y de las computadoras veloces, la tecnicidad ha creado un nuevo *sensorium*, producto del cruce de las siguientes variables tecnológicas: la velocidad, la digitalización, la interactividad, la resolución de las imágenes. Esta combinatoria de elementos ligados a los usos y las mediaciones sociales ha “formateado” la sensibilidad juvenil a tal punto que se han debilitado las lógicas anteriores, como la del libro, o la de los silogismos. Cuando este *sensorium* comanda las relaciones humanas creando espacios de intercambio más imaginarizados que simbólicos estamos ante la tecnofascinación.

La industria de la imagen que la televisión, el vídeo y el cine maximizan ha producido lo que algunos autores proponen llamar *la tecnofascinación* y es ésta la que ha llevado a establecer “el culto al presente”, tan inmóvil y, a la vez, fugaz como las instantáneas de la celuloide:

“La tecnofascinación es la convergencia de la fascinación tecnológica con el realismo de lo inevitable. Ella se traduce, de un lado, en una cultura del software «que permite conectar la razón instrumental a la pasión personal», y, de otro, en una multiplicidad de paradojas densas y desconcertantes: desde la convivencia de la opulencia comunicacional con el debilitamiento de lo público, la más grande disponibilidad de la información con el palpable deterioro de la educación formal, la continua explosión de imágenes con el empobrecimiento de la experiencia hasta la multiplicación infinita de signos en una sociedad que padece el más grande *déficit simbólico*” (Barbero, 1998. El subrayado es nuestro).

La cita nos ordena un listado de paradojas sintomáticas de la cultura de la imagen, paradojas que no dejan de mostrarse preocupantes. Pero, ¿indican a la vez, que se están constituyendo otros universos de sentido, nuevas formas de ser-en-el-mundo? No estamos aún en condiciones de responder afirmativamente esta pregunta; lo que asoma con evidencia, en cambio, es que es el presentismo y no el futurismo lo que da forma a la actualidad de las culturas juveniles de los noventa. En la interacción permanente, el presente se revierte, en cada tramo compartido emocionalmente, en actuación pura, en un ritmo de instantes, en una pendulación entre vitalismos desenfrenados y apatía indiferente. El presente es actuado y agotado al instante: esta situación puede quedar sintetizada en esta expresión juvenil: “lo que no depende de nosotros, no nos interesa”. He aquí el hedonismo de la cultura del cuerpo en su máxima expresión, en la prevalencia de la imagen se hallan las formas de agregación societal que la cultura del audiovisual canaliza:

“La experiencia audiovisual ha replanteado radicalmente la percepción del espacio y del tiempo y fundamentalmente los modos de relación con los otros, la socialidad. Del espacio, el cambio más profundo es el desanclaje con el lugar. Las tecnologías de comunicación e información a distancia han roto la estrecha relación entre lugar y presencia, entre sentido y relación. Actualmente, –la internet es el mejor ejemplo– tiene más sentido lo vivido a distancia (el chat) que lo que cruza nuestro espacio físico cotidianamente” (Barbero, 1997).

“chatear es como una compañía mientras no tengo a una persona a lado mío, te sientes rodeada de personas, te sientes que estás en tu cuarto enfrente a tu computadora, pero rodeado de personas, de muchas personas con las cuales puedes compartir, ¿no?” (Entrevista a una adolescente chateadora).

Esta narración nos habla justamente del desanclaje espacial. No hay presencias físicas sino virtuales en un espacio no compartido sino interconectado. El sentido no lo da el otro con su cuerpo, sino el “nick”, el o los nombres en un computador que representan a las personas y marcan una socialidad donde la relación es de letras, no de voces, ni de miradas, ni de soma.

Esta experiencia espacial desterritorializa del vínculo social, vuelve virtual al vínculo, rompiendo con la diferencia entre interior y exterior. Una espacialidad que no necesita recorrerse físicamente como un viajero medieval, sino como un cibernauta postmoderno, que como bien lo señalaba Paul Virilio “todo le llega sin que tenga que partir”.

Con respecto al tiempo, el *sensorium* audiovisual crea la experiencia de la simultaneidad de la instantánea y del flujo. La telemática confunde los tiempos y los amalgama sobre la simultaneidad de lo actual, que no es sino la matriz del culto al presente. La televisión es la máxima expresión de este fenómeno, por ejemplo, para los sectores medios y populares, como la *compucomunicación* (comunicación hecha desde y para los sistemas informacionales) lo es para los sectores medios altos y altos.

“Cuando estás aburrida el chat te acompaña, conectada para fregar, pasar el rato. Me siento acompañada porque siento que estoy con treinta personas a la vez. Eso sí el tiempo vuela, cuando me di cuenta ¡ya eran las tres de la madrugada!” (Entrevista a Pilar, una joven chateadora).

La simultaneidad de un listado de nombres presentes en un canal de charla en la internet da la sensación de compartir con todos en un presente que sólo se activa cuando entras en la pantalla a dialogar. Pero también tienes otro presente, el espectral, cuando el chateador ve los “nicks” anotados en su lista, congelados, momificados, sin color y brillo, como frío testimonio de que están sin estar.

Un presente que a base de una intermitencia de momentos, sin progresión histórica, debilita el pasado y secuestra el futuro. Debilita el pasado porque el recorte de la noticia descontextuada, o la imagen vertiginosa del vídeo clip, deshistoriza la narrativa, reduciéndola a cita. Así, el texto audiovisual es un pastiche, un mosaico de discursos que crean una plástica aleatoria y flexible. Secuestra el futuro, porque la secuencia de momentos no cristaliza en duración, no madura en experiencias de sentido, sino en una retórica del momento, volviendo, co-

mo bien dice Vattimo, el proyecto de la utopía en las proyecciones de una heterotopía, es decir, en una multiplicación desordenada de fines encerrados en sí mismos.

El collage y el pastiche son metáforas de la recomposición de sensibilidades y mensajes culturales informadas por la creciente oferta de fuentes informáticas y estímulos audiovisuales. No hay identidades que se resistan a esta invitación desconfigurante, a estas dinámicas de hibridez y sincretismo cultural.

“Frente a estas dinámicas, la producción de sentido colectivo en los jóvenes es una caja negra, o al menos una caja de Pandora. Puede, por ejemplo, desembocar en un atrincheramiento cultural y valórico que adquiere rasgos mesiánicos de distinto tipo: movimientos escatológicos de izquierda y movimiento neofascistas de derechas, probablemente marginales y sin perspectivas de alterar el patrón de desarrollo capitalista, pero con efectos disruptivos en el orden público y en la seguridad ciudadana, grupos esotéricos cerrados que objetan en bloque todo lo que huele a modernidad y progreso, cruzadas de «purificación» con distintos códigos morales que se lanzan al terrorismo espiritualista y/o grupos de fans de estrellas de *rock* que promueven un culto satánico (a lo Iron Maiden) o una asepsia militante (tipo Michael Jackson)” (Hopenhayn, 1999).

4. LOS IMAGINARIOS DE LA DISTINCIÓN SOCIAL

“Pero mírala ... ¡qué chola es!”

De la socialidad, Gilles Lipovetsky –filósofo francés– ha escrito en su celeberrimo libro *La era del vacío*, que ella es hoy la pura seducción obscena de la intimidad. Los vínculos personales ceden el paso a relaciones donde prima un narcisismo a la medida de los imaginarios massmediáticos.

“Fuimos a la discoteca como a las doce de la noche, no había nadie. ¿Qué –pregunté– estaba vacía? No, estaban unas ochenta personas, pero no vi a nadie” (Entrevista a un joven discotequero).

¡“No había nadie” en un espacio ocupado por ochenta personas! Esta expresión es característica de muchos jóvenes guayaquileños. Cuando no ven a los suyos, no los reconocen en un mimetismo de gestos, modas, pieles, los demás, no existen. No hay el reconocimiento de

la alteridad asumida en su diversidad simbólica. No hay “otro”. Y cuando están entre los suyos, tampoco hay “otro”. Todos iguales, todos seducidos y equiparados en los imaginarios indistintos de lo semejante. Este fenómeno nos llama profundamente la atención, pues creemos que conecta con las problemáticas de la indiferenciación cultural que la cultura audiovisual promueve con una lógica implacable.

La imaginarización del vínculo sin mediación simbólica vuelven los cuerpos en “look”, las apariencias físicas en espectros, las razones en supuestos, al otro en transparencia, no se lo ve, o mejor un agujero por donde se filtrará lo real, lo real de su insoportabilidad. He aquí el dispositivo operante de la exclusión.

Las discotecas, los bares, son escenarios de alta sensibilidad y de una simbólica emotiva, pero a la vez, son espacios para la mirada suspendida del deseo de imágenes. Los escenarios de la “farándula” en Guayaquil se presentan con los mismos caracteres de la espectacularización televisiva. La imagen de los cuerpos en movimiento son objetos imaginarios que pasan a convertirse en objetos de consumo para la mirada seductora que atrapa y se deja atrapar por otras miradas en un rebote indefinido de la especularidad. “Aquí, ahora, yo para ti soy, encarno tu deseo, tengo lo que tú, lo que tu ojo, desea” (Citado por Requena, 1995). La socialidad “farandulera” de la ciudad es un espectáculo desimbolizado, regido en lo esencial por la lógica del espejo imaginario que como el vídeo-clip ha de convertirse en fragmentos, en retazos, en jirones, la misma pulverización que en el lenguaje de la comunicación social anima esa otra práctica de la socialidad guayaquileña, el chisme y el rumor.

Aún cuando esté en cuestión la relevancia para este estudio de discutir cómo se marcan las distinciones de clase, raza y género, no deja de ser notorio que un elemento que guía en los jóvenes las elecciones de sus consumos es que éstos los hace ser o parecer de una determinada clase o género.

Si bien emergen en este estudio elementos comunes en los consumos de los jóvenes, expresando por ellos sensibilidades, valoraciones, estéticas, etc., también es cierto que en la manera cómo se dan esos consumos entran en juego las distinciones sociales.

En Guayaquil se da un fenómeno particular en el terreno de la socialización, entendida ésta como el intercambio y el reconocimiento / desconocimiento entre los agentes sociales. Algunos autores expertos en las culturas juveniles urbanas sostienen que las actuales formas de

agrupación juvenil ponen en evidencia comunidades emocionales caracterizadas por las intensidades afectivas, por el vitalismo compartido en “atmósferas” de sentido neotribal, ya sea por la adscripción a universos simbólicos de referencia identitaria (clubes, prácticas culturales, equipos deportivos), o por los consumos culturales que ponen a con-jugar en plural las formas de pertenecer a un grupo (música, modas, cine, televisión).

En Guayaquil algunos espacios de interacción intensiva como las discotecas y los bares tienen una duración precaria de éxito o de fama, son tan obsoletos como los objetos del consumo. Las discotecas de moda se sostienen en la aceptación y permanencia de un grupo social, especialmente de los sectores altos, que son los sectores que marcan la moda, lo “in” de un lugar. Cuando este sector siente, sobre la base de percepciones e imaginarios de reconocimiento / desconocimiento, que *su* lugar está siendo invadido por otros, “contaminado” por la diferencia cultural, lo abandonan, le retiran su confianza, así ese lugar cierra comercialmente. Es más, los empresarios ya calculan el tiempo promedio de duración de un lugar exclusivo en función de ciertas variables económicas, pero sobre todo porque “saben” que con el tiempo otros jóvenes lo poblarán, se adueñarán del lugar para darse estatus.

Este fenómeno que podemos denominar como de desplazamiento o de “invasión” por parte de sectores medios y populares a los lugares auto denominados exclusivos y de fuga por parte de los sectores altos, marca una pauta de diferenciación social, de exclusión, o de separación *ex profesa*.

Entre las razones aducidas para explicar este fenómeno, los jóvenes (llamados por los populares, *aniñados*) señalan la avanzada de los “cholos con plata”, pero también señalan como motivo del éxodo, la concurrencia de homosexuales, momentos desde los cuales se indica y se hace circular por los circuitos comunicacionales privatizados que el lugar se ha “dañado”. Esta situación no despeja las dudas sobre si el desplazamiento por parte de unos y la invasión por parte de otros se debe a que la gente “aniñada” es “muy zanahoria”, es decir puritana, mojigata, que se asusta ante la presencia de la alteridad bizarra (homosexuales con modas estrambóticas, jóvenes consumidores de drogas fuertes, o con gustos musicales *heavy*) o muy elitista desde el punto de vista económico-social. Este fenómeno nos hace dudar de procesos de hibridación o mezcla entre los jóvenes de sectores altos y el resto de la población.

“A mi me dijeron que NEBULA (una discoteca) se dañó porque empezaron a ir revolveras y homosexuales”. (Declaración en una entrevista a una joven de sector medio alto).

La entrada de lo popular a los espacios de socialización de los sectores elitistas es juzgado por estos últimos como una amenaza, como una invasión que lo contamina todo, una caída, una desvalorización del producto, del lugar, del espacio. Expresiones como “ya no se ve a nadie en este lugar” quiere decir: ya no reconozco a los míos, a los únicos con los que puedo interactuar, socializar, “ya no estamos los que debemos estar”, por ello huyen, y esperan que se abra otro lugar, en otro tiempo y espacio. Pero algo parecido sucede con los espacios de diversión popular, como *Infinity* (discoteca), que es descalificado por muchos jóvenes populares como un lugar de prostitución y de venta de drogas. Dañado, punto de encuentro entre revolveros.

En Guayaquil la distinción social se basa en un gigantesco imaginario que condiciona toda percepción del otro diferente o semejante, imaginario que se extiende a los grupos sociales, y a las tribus urbanas. En función de la condición racial, del tipo y la modalidad del consumo cultural (lo que implica la dimensión socializadora, e ideológica del dinero) y de la condición de clase, se establecen los juicios de reconocimiento social y las identificaciones de pertenencia, inclusión y exclusión grupal.

El reconocimiento no se establece basándose en una lectura predominantemente culturoológica, como se establece en otras sociedades latinoamericanas, en las cuales el “ser rapero”, “rockero”, o “cabeza rapada”, prima en el reconocimiento inmediato de la diferencia, de las ideologías o de los mundos de sentido, de los estilos de vida, sino que el reconocimiento se establece básicamente por la condición racial, económica y social, esto último, en el sentido tradicional de jerarquía social. Luego podrían añadirse las identidades culturales, pero siempre mediadas por la etnia social.

Los jóvenes, si bien reconocen los signos estéticos, como la ropa de moda y la forma de llevarla en los cuerpos, las marcas y su originalidad, es decir, si se nota a simple vista su autenticidad o su falsificación, estas lecturas de una “semiótica espontánea”, se dan sobre el horizonte común de lo racial y lo socio-económico.

“Se le notaba que las llantas le brotaban del pantalón, ¡le queda mal esa blusa, no se daba cuenta! Y encima se creía la muy femenina, esa chola”. (Descripción de un fragmento de conversación en una fiesta).

Respecto a las valoraciones que una joven de sector bajo expresó sobre los modelos de un programa concurso de la televisión, también se empleó el calificativo de cholo para describir una percepción ligada a los gustos.

“De lo normal se van a la cholada, por ejemplo, hay modelos que sin saber bailar se tiran al baile y no bailan bien. De lo normal, ‘chuta, no sé bailar’, hago que me pongan otra música... se tiran a la cholada, se meten a bailar batraciadas que no saben bailar... esta modelo, aunque no es muy bonito el rostro, es bonito su cuerpo, pero, igual no me agrada, no me gusta”. (Entrevista con una joven de 15 años, sector popular).

El vocablo “cholo” es muy empleado por los jóvenes de Guayaquil, pero adquiere distintos significados según el sector social, el uso lingüístico, o el objeto en cuestión.

Por ejemplo, para los chicos de sectores populares, muy jóvenes, de unos 13 a 15 años, la palabra *cholo* significa ‘vergüenza’, pero para un chico del mismo sector, pero mayor a los 15, la palabra significa ‘mal gusto al vestirse’, que usa colores “foco”, es decir de alta intensidad cromática y mal combinados. Pero en los sectores medios y medios altos, la palabra cholo significa descalificación social, inferioridad jerárquica debido a la raza, o ligado al mal gusto en el vestirse, que consume objetos que están fuera de la moda y que su uso es inapropiado, que no sabe los códigos secretos de la élite. Una especie de persona *kitsch*.

La palabra “cholo” también designa al sistema de los objetos. Se denomina cholo, o su variante lingüística más actual “ñeco”, a una inadecuación en la combinatoria de objetos decorativos, por ejemplo, ya sea porque la combinatoria pervierte el sistema canonizado por la moda en la revista de élite, o porque la diversidad en la procedencia de compra perjudica a la imagen. ‘Imperdonable confesar que este artículo lo compraste en la Bahía, mientras otras las trajiste de los Estados Unidos’. Será cholo combinar unas cortinas color rosa con unos muebles de pan de oro. O comprarse un reloj con una carátula deportiva mientras se lleva puesto un traje blanco para una velada nocturna. Aquí interviene no tanto la materialidad del objeto como el modo de consumirlo.

En los sectores populares llama profundamente la atención y la atracción de los hombres, más que el atuendo, la moda u otro tipo de consumo cultural, la piel blanca, los ojos claros, y los cabellos rubios de las chicas de sectores medios altos, como también, entre los hombres de sectores medios y altos, las formas, las siluetas de los cuerpos femeninos, bien formados, voluptuosos preferiblemente. Este cuerpo es reconocido enseguida bajo el filtro de su raza y condición socioeconómica, pero poco importará si el objetivo es “revolear”, y mucho importará si la finalidad es el flirteo amoroso o algo de más “alcance social”. De estas características dependerán los juicios de valor definitorios para la inclusión o la exclusión a un grupo social, lógica de la identidad y la alteridad que funciona prácticamente en todos los sectores sociales de Guayaquil.

Pero estos mecanismos de distinción social, ya estén mediados por los consumos, o que sean éstos los mediados por las condiciones de clase, afectan notablemente el sentido de futuro en contextos de crisis económica y de postergación de expectativas. Los sectores populares son, en este sentido, los más perjudicados. Como lo sintetiza muy bien el investigador chileno Martín Hopenhayn:

“La Juventud popular urbana difícilmente puede aceptar la suave cadencia postmoderna desde su tremenda crisis de expectativas. Es esta juventud quien más interioriza las promesas y las aspiraciones promovidas por los medios de comunicación de masas, la escuela y la política, pero no accede a la movilidad y al consumo contenidos en ellas. Así, estos jóvenes padecen una combinación explosiva: mayores dificultades para incorporarse al mercado laboral de acuerdo con sus niveles educativos; un previo proceso de educación y culturización en que han introyectado el potencial económico de la propia formación, desmentido luego cuando entran con pocas posibilidades al mercado del trabajo; mayor acceso a información y estímulo con relación con nuevos y variados bienes y servicios a los que no pueden acceder y que, a su vez, se constituyen para ellos en símbolos de movilidad social; una clara observación de cómo otros acceden a estos bienes en un esquema que no parece meritocrático; y todo esto en un momento histórico, a escala global, donde no son muy claras las reglas del juego limpio para acceder a los beneficios del progreso: No es casual que tanto la violencia delectiva de muchas de las ciudades latinoamericanas tengan a jóvenes desempleados o mal empleados por protagonistas”. (Hopenhayn, 1998).

5. EL REVOLERISMO Y EL DINERO COMO MEDIACIONES DE LA SOCIABILIDAD

Hay una práctica *sui generis* entre los jóvenes de Guayaquil llamada por los protagonistas y los observadores como “revolerismo”. El revolerismo es una práctica social que implica un tipo de lazo social donde diferentes grupos humanos pertenecientes a universos simbólicos culturalmente diferenciados ya sea por el poder adquisitivo, la posición social, las ideologías e imaginarios urbanos, se encuentran y se comunican, cruzando fronteras “morales”, “sociales” y “políticas”. Se trata de una actividad algo ubicua que se halla entre la diversión y la sexualidad, entre el entretenimiento y la sociabilidad ocasional. Una amistad de fronteras culturales.

“¿Y cómo es el revoleo? -cuestiono. Mira, tú te sientas con unos amigos y se te acerca una pelada y te pregunta ¿puedo sentarme con ustedes en la mesa? Esa es revolera. Después la llevas a pasear por allí, te la cobras (besas) y ya. ¿Y la llamas después? -pregunté. ¡No! Nada que ver, a lo sumo el vacile te dura dos días, aunque si te la topas después de unos días puedes vacilar de nuevo”. (Etnografía en un bar de sector medio).

En dicha práctica están mediando los consumos, los usos y las apropiaciones de símbolos comunes, como la músicaailable y cantable, el alcohol como mediador socializador y sobre todo, desinhibidor, las tarjetas de créditos, los automóviles para pasear. También interviene la lectura automática de ciertos signos, como el tipo de ropa que lleva la muchacha, cómo se amolda a su cuerpo y la demostración de gasto potencial de los muchachos.

“Mira esa man!! Qué patas! Se le ve hasta el ombligo... de ley que esa man es revolera!” (Exclamación descrita en una etnografía en un bar de sector medio alto).

El revolerismo se caracteriza por ser un tipo especial de amistad de frontera, entre la chica pobre pero linda o de buen cuerpo, y el chico rico o pudiente pero incapaz de ir más allá de una noche de diversión. En muchas ocasiones esta práctica tiene como única finalidad el acto sexual ocasional, pero hay variantes que se limitan a la compañía, al baile con flirteo sensual, a la “chupa” en una noche de “friega”, es decir de diversión con no pares, no iguales, en definitiva revolerismo. Pa-

ra una chica de sector popular de unos 17 años el revuelo y el vacile son sinónimos:

“Vacilar significa que un día tú conoces una chica en una fiesta y vacilamos ese día, y se terminó esa fiesta y se terminó el vacile, me imagino que incluye besos y abrazos, algunas veces se llegan a conocer y puede seguir la relación... en estos tiempos también podría incluir tener relaciones sexuales, si la chica quiere, siempre dicen que el hombre propone y la mujer dispone”. (Entrevista a Roxana una joven de sector medio-bajo).

Vista esta práctica eminentemente juvenil y urbana guayaquileña desde las chicas populares, el asunto se convierte en la “oportunidad de conocer a gente diferente”, de ascenso social, de nuevas amistades, de “conocer otros lugares chéveres y no aburridos”, se trata de acceder a consumos que sin esta forma de socializar sería imposible lograr. Entre los chicos populares no existe la expresión revolverismo y su sentido de conquista sexual, sino el de “vacile”, que equivale al de conquista amistosa o amorosa, de hacer amigas en condiciones de igualdad material y cultural.

Incluso el imaginario del revoleo está presente hasta cuando no hay revoleo. Si unos jóvenes ven a chicas y las observan y emiten juicios halagadores fuera del contexto de una relación amorosa convenida, están revoleando:

“De pronto llegaron unos amigos nuestros que habían estado en Decibelius (Dicoteca de sector medio alto - alto); eran tres chicos de 26 años aproximadamente, se me acercaron y me preguntaron, ¿qué tal está el ambiente? Uno me preguntó con una sonrisa pícaro ¿no hay chicas, no hay chicas? Y yo le dije. No, ¡están fregando! ¡No pueden revolver! Y, ¿tú no estabas amarrado?” (Etnografía de un bar del sector medio-alto).

En el revolverismo se reconoce cierta “institución imaginaria” entre los jóvenes actores de esta práctica. Se ha establecido un imaginario que tiene unas reglas y unos códigos de aproximación y reconocimiento. Un lenguaje y un léxico para la comunicación y la interacción. Unos espacios y unas atmósferas compartidas. Y unos recorridos por la geografía urbana que marcan los mapas de la sexualidad y de la socialidad juvenil.

“Joanne insistía. Está tan difícil la vida en el país en estos momentos que hay que planearlo todo... mira tú, está super difícil conseguir empleo, yo trabajo ahora con mis padres, pero yo me quiero independizar y conseguir

algo por otro lado... yo no puedo estar pendiente de estar con mi papito siempre... pero nadie le da trabajo a alguien que no tiene experiencia... entonces ¿cómo quieren que los jóvenes hagamos algo si no nos dan oportunidades? -todo esto lo decía verdaderamente indignada y molesta". (Etnografía de una reunión entre amigos, sector medio).

El dinero es el gran vehículo de socialización imaginaria entre los jóvenes de los sectores medios. Es el gran valor de cambio entre las mentalidades, las ideologías, los lugares comunes. La expresión popular: "dime cuánto tienes y te diré cuánto vales" es un axioma no declarado de las relaciones públicas guayaquileñas. El dinero lo "libidiniza" todo, desde las aspiraciones profesionales y los planes del futuro, hasta el presente más inmediato.

El dinero sirve para evaluar a las personas, desde sus manifestaciones concretas como posesión de vehículos de lujo, casas millonarias, objetos de distinción, hasta en sus manifestaciones invisibles perceptible únicamente por el discurso aspiracional, el arribismo, o la ideología del "exitismo". Entre los jóvenes se ha impuesto la valoración más abarcativa y plena de la realización personal, "ser un hombre de éxito", es decir llegar a tener dinero. No se establecen los horizontes futuristas desde la búsqueda de una profesión como en las generaciones de los abuelos, ni se busca pertenecer a un movimiento transformador ya sea en lo ecológico como en lo social, ni se lucha por pertenecer a un grupo de espesor cultural; lo que prima e importa es el estado de la cuenta bancaria, la capacidad de compra y de gasto, del consumo en su dimensión más mercantil y frugal.

Los jóvenes de los sectores medios y medios altos entablan las relaciones de amistad y grupal bajo la mediación constante de la valoración monetaria. No es que dejen de tener amigos por que ellos no tengan dinero, sino que toda la amistad se construye bajo los imaginarios de la posesión o de la ausencia de dinero. Las conversaciones cotidianas en las reuniones privadas de muchos jóvenes colegiales e inclusive universitarios giran alrededor de los consumos valorados por su dimensión económica y del gran mito que forjan sobre aquellos personajes de la farándula guayaquileña que son dueños de mansiones, autos deportivos, aviones y yates. Las otras dimensiones de la socialización, como el compañerismo, la amistad, el amor, el sexo, el trabajo, la familia, la escuela, la diversión, están constantemente mediadas por la moral del dinero.

En las clases o sectores sociales altos y medios altos hay una vivencia de las relaciones intersubjetivas mediada por los consumos; no existe una reflexión interna y sostenida sobre sus vidas. En los sectores medios no hay una conciencia de clase, se la rechaza o se la evita asumir por estar devaluada en el imaginario, pues sector medio equivale a conformismo, mediocridad, pauperización progresiva. Un consumismo extremo tanto imaginario como efectivo no ha permitido la producción simbólica, creativa, incluso se la desvalora por considerársela de poco gusto, ya que lo importante es lo comprado de calidad, lo extranjero. No hay un aporte específico a los mercados simbólicos de parte de este sector social, sólo mimetismo y exhibicionismo.

6. LA VISIBILIDAD URBANA DE LAS CULTURAS JUVENILES

“Hoy la modernización muta en una globalización que tiende a la des-identidad, a la des-habitación, a des-singularizar a los habitantes de la ciudad-mundo. La ciudad de los jóvenes es la gran metáfora de una cultura que ha erradicado la convicción de los sentidos en aras de la obesidad de los significantes”. (Hopenhayn, 1998).

Los jóvenes que nacieron luego de la primera gran ola migratoria que llevó a los pueblos a abandonar el campo para ir a vivir en la ciudad, nacieron en un medio urbano caracterizado por las lógicas modernizadoras.

La educación, los mercados, las comunicaciones masivas, la urbanización del espacio y la importación de tecnologías para el desarrollo fueron las principales fuerzas de modernización de los sujetos llamados a convertirse en ciudadanos, primero del Estado-nación, que veía en la gran ciudad un polo de desarrollo y progreso, luego, del mundo interconectado, la ciudad-mundo. Son los nacidos a mediados de las décadas de los 70 a los 90 los que tienen a la televisión y las computadoras como la principal mediación en la constitución de sus identidades culturales, son hijos del control remoto, de los satélites, de las fibras ópticas, de los Nintendo, en resumidas cuentas en lo que se ha convenido en llamar la telemática, es decir, el conjunto de medios electrónicos de comunicación a distancia que utilizan las tecnologías satelitales para conectar los puntos más distantes del planeta dislocando la relación entre espacio y tiempo.

Será la televisión la que va a mostrar una ciudad de distintos modos a como era vista por las primeras generaciones de jóvenes urbanos. Por eso nos interesa tomar en cuenta que la ciudad de hoy está perceptivamente mediada por la televisión, a tal punto que se ha establecido un nuevo *sensorium*, una nueva sensibilidad, que los jóvenes expresan al habitar, hablar y pensar desde y para la ciudad. Por otro lado, la ciudad de los jóvenes es poblada a través de los recorridos que realizan, de las imágenes que se representan por medio de las industrias culturales, y marcada por los signos del descontento o la exclusión en los graffitis callejeros, esas “manchas” que tapizan las paredes de Guayaquil. Como lo ha escrito Alicia Ortega:

“... el Graffiti puede ser leído como un elemento extraño que altera el texto urbano, que produce efectos en lo simbólico y que propicia una mentalidad urbana que modifica la concepción y el uso social de sus espacios... algunos graffitis... (son) una respuesta agresiva no sólo para habitar la modernidad, sino para apropiarse de ella desde el margen, a través del ejercicio de una escritura en que lo ‘sucio’ está en función de una territorialidad” (Ortega, 1999).

La ciudad no interesa tanto como espacio físico sino como el tejido de lugares de inscripción de la subjetividad social. El aspecto urbano de las culturas juveniles nos muestra la diversidad y la fragmentación de las identidades grupales, el mercado simbólico con todo lo que tiene de trueque, demanda y consumo, los lugares de la ciudad revelan las tensiones y los conflictos entre los jóvenes y las instituciones, entre los jóvenes con ellos mismos, en definitiva entre los jóvenes y la propia ciudad que en algunos casos no es vivida como propia.

Para empezar a levantar el mapa de la ciudad de los jóvenes guayaquileños, la nueva cartografía que ubique los espacios y las fronteras físico-simbólica, será necesario introducir en el análisis las nociones de recorridos, territorios, escenarios urbanos, las cuales en una primera aproximación servirán para pensar la sociabilidad juvenil más allá de los acostumbrados análisis sociodemográficos.

En la imagen de los cuerpos agregados, rejuntados en las esquinas o en los bares, en los contrastes cromáticos de las superficies epidérmicas bajo las luces de la ciudad, de sus discotecas y conciertos, en las combinatorias sígnicas de los objetos que se cargan, se cuelgan, se llevan en el cuerpo, en los territorios sensibles a la vista, al tacto, al olor,

en definitiva, en la “piel de lo social”, es donde hallamos el simulacro –en el sentido de Baudrillard– de las culturas urbanas juveniles.

Guayaquil es una ciudad de apariencias, en el sentido más fuerte del término. Una ciudad que impacta a la vista, que acontece, que se muestra sensiblemente, ciudad barroca y grotesca, famélica y opulenta, tapizada por una arquitectura amorfa y anti sinérgica, de una textura cultural borrascosa y violenta. En esta ciudad Las Culturas Juveniles no adquieren sus formas clásicas, más bien, suelen fusionarse con el paisaje, están semiformadas, prematuras, ellas se descubren en los intersticios callejeros en los pliegues esquineros, en las prácticas que imitan más que producen, o que reinventan sin subvertir a fondo los sentidos.

La visibilidad a veces es anónima como en el caso de los rockeros, silenciosa y casi privada. O violenta y ruidosa como la rapera o la adscrita al *hip-hop* y al *regue*. Son visibles en tanto atendamos a la música, al ropaje y a los lenguajes. En cuanto visitemos los lugares de producción del sentido: los conciertos, las fiestas y discotecas populares, el mall, las calles y los barrios, las plazas y los patios. No se trata de una visibilidad nítida, definida; más bien, es borrosa, híbrida o mezclada. Para el adulto o el poder oficial no existen como comunidades de sentido sino como número estadístico, como problema sociológico, o como disfunción normativa, sea en el plano moral como en el afectivo psicológico.

Para verlas, las culturas juveniles de Guayaquil necesitan de otra mirada, de otras perspectivas, de otras categorías, que bautizan nuevas formas de ser, nuevos conceptos, otras lecturas. En los medios de comunicación masiva, estas culturas existen a condición de la rareza, la anormalidad, la propaganda, el escándalo amarillista o la novedad desatendida, su publicidad es mediocre y desatinada. Los medios, o reducen a los jóvenes a la delincuencia y a la criminología juvenil, o los hacen protagonistas del espectáculo trivial, farrero y por ende marketero. Para el público de los medios los jóvenes no son reconocidos como actores sociales, ni como sujetos con autonomías culturales, sólo como hijos, futuros ciudadanos que juran la bandera, creyentes o satánicos, pandilleros o buenos estudiantes, sólo transeúntes de una ciudad que ignora casi todo de lo que significa “ser joven” en Guayaquil.

7. LO POPULAR: ENTRE EL CIERRE Y LA APERTURA AL OTRO

Para Emile Durkheim, uno de los fundadores de la sociología moderna, lo que más llama la atención de todo investigador de las sociedades es responder a la pregunta: ¿cómo se forman las sociedades?, ¿cuál es el “pegamento social” que une a los seres humanos a una colectividad, a un todo orgánico que llamamos sociedad?, ¿cuáles son las fuerzas de aglutinamiento que intervienen entre los individuos para asociarlos, juntarlos y que está presente desde la horda primitiva a la más complejas de las sociedades? Durkheim llamaba “divino social” a esa fuerza agregativa que se halla en la base de cualquier tipo de sociedad. No es casual que la etimología de la palabra religión, *religare*, significa reunir, mantener unido, y que haya sido la religión la principal fuerza socializadora durante siglos.

Pero habría que distinguir entre la religión como institución organizada y organizante del poder eclesiástico del sentimiento difuso, nebuloso, indefinido del *religare*, significado que se resiste a toda formalización exterior y que es más bien una especie de magma socializador. Lo interesante de este *religare* es que siempre funcionó para pequeños grupos (comunidad, fusión erótica, sectas, congregaciones) como las comunidades agrarias, por ejemplo. Curiosamente son estos sentimientos poco formalizados los que en estos tiempos están operando en los nuevos movimientos sociales, los cuales no se dejan reducir a sus dimensiones racionales o funcionalistas. ¿Es el boom del New Age - por ejemplo - una expresión de lo aquí anotado? ¿Funcionan las culturas juveniles del mismo modo que las comunidades arcaicas o tribales?

Para Maffesoli se da algo parecido. Por eso llama neotribalismo a las agrupaciones que se establecen a partir del final de los grandes valores colectivos, totalizadores y que resulta en la multiplicación de pequeños grupos de redes existenciales (Maffesoli, 1990). Una especie de tribalismo que descansa a la vez en el espíritu de religión (*re-ligare*) y en el localismo (proxemia).

Pero para comprender este neotribalismo y responder si hay algo de ese estilo en la socialidad de las culturas juveniles guayaquileñas debemos recordar que el *religare* también sufrió un cambio de concepción con la Ilustración. Con la revolución francesa esta fuerza religiosa gregaria se secularizó, lo que Robespierre llamaba “religión civil”, convirtiéndose en la fuerza lograda por la convicción racional del derecho

natural. La humanidad es *Una* porque es libre, soberana e igual en sus derechos, y esta ilustrada condición se gana y se debe mantener en la lucha política contra las fuerzas tenebrosas del irracionalismo y el despotismo totalitario.

“Hasta el joven Hegel hablaba de una religiosidad popular que sólo sería efectiva si ‘la religión penetra el espíritu y las costumbres de un pueblo, si está presente en las instituciones del Estado y en la praxis de la sociedad, si sensibiliza la forma de pensar y los móviles de los hombres para los mandatos de la razón práctica y se los inculca en el ánimo’” (Habermas, 1985).

Se trata de una “trascendencia inmanente”, es decir, de una fuerza que está en los seres humanos pero que a la vez va más allá de todos obligándolos a unirse para su beneficio. Durkheim se preguntaba sobre la naturaleza del lazo religioso: “Cómo *se sostiene* una sociedad a la que nada trasciende pero que trasciende a todos sus miembros”, he aquí la fuerza del *religare*, que desemboca en los filósofos ilustrados en una especie de religión civil capaz de unir lo individual con lo universal. Aquí se halla toda la matriz histórica de las actuales tensiones entre la ética (individual) con la moral (universal). ¿Cómo conseguir en las sociedades modernas esta ligadura social sin caer en la metafísica de una religión dependiente de fuerzas sobrenaturales, sino adscrita a la propia humanidad racional?

Maffesoli problematiza esta tensión cuando dice en su libro *El tiempo de las Tribus*:

“La causalidad o el utilitarismo no pueden explicar por sí solos la propensión a asociarse. A pesar de los egoísmos y de los intereses particulares, existe una argamasa que asegura el perdurar. Tal vez haya que buscar su fuente en el *sentimiento compartido*” (Maffesoli, 1990. Los subrayados son nuestros).

Este sentimiento compartido es la clave para Maffesoli, pero a la vez se interroga, ¿ese sentimiento compartido obedece a ideales lejanos, o a objetivos próximos? Si es a los ideales lejanos, éstos son débiles y no toca a las particularidades locales, si es a objetivos próximos éstos son fuertes pero difíciles de incluir a todos, no son universales, es decir no están unificados y racionalizados. La “religión civil” difícil de aplicar a

toda la nación, tendrá éxito a escala local, en una multiplicidad de ciudades (*polis*) o de agrupamientos particulares. Es en este localismo donde se engendra una solidaridad en sentido concreto.

“Es porque existe saturación de los fenómenos de abstracción, de los valores impuestos desde arriba, de las grandes maquinarias económicas o ideológicas por lo que se puede observar, sin que estos se pongan en tela de juicio (...) un recentrarse en objetivos al alcance de la mano, en sentimientos realmente compartidos, cosas todas éstas que constituyen un mundo (hecho de costumbres, de rituales) *aceptado como tal*”.

Esta proximidad es precisamente lo que Maffesoli rebautiza como lo “divino social”, dimensión de la socialidad que reinvierte, recupera la fibra pagana que no ha llegado a desaparecer por completo en las masas populares por más sacudidas que estén por la modernización secularizadora convirtiendo a lo próximo en un mundo de pertenencia vital. Aquí entra en escena esa categoría alabada por unos, denostada por otros: lo popular. De ella debemos ocuparnos un momento al pasar revista rápidamente al proceso de constitución de las connotaciones que para los sociólogos, antropólogos y políticos ha tenido este término y que debido a los movimientos sociales se han difundido sus sentidos entre los ciudadanos, ya sea con una carga peyorativa (posiciones conservadoras, aristocráticas) o positiva (posiciones románticas, revolucionarias, anarquistas, populistas). Esta revisión se hace con la intención de sostener la hipótesis de que es en la cultura popular donde pervive esa socialidad proxémica, emotiva y vital, al contrario de las culturas de élite donde en cambio se dan lazos más racionalizados, geométricos y excluyentes.

Desde que la modernidad se apropió de su propio proyecto emancipador a través de la Ilustración e hizo del intelectual y luego del científico social un legitimador de ese proyecto, lo popular, o lo que se denominaba indistintamente la masa, las muchedumbres, fue siempre un problema. Desde la lógica del “deber ser” propio a todo proyecto, el populacho es el sujeto de la historia, el sujeto de las transformaciones, de su *propia* transformación, el termómetro y escenario del cambio social. Las masas deben ir hacia la civilización. Pero si esa masa se resiste a los cambios, o si el pueblo no resulta ser un “buen” sujeto, será denostado, criticado, devuelto a su condición inicial de ignorantes, “atrasa pueblo”, incivilizados. Este origen ilustrado de la noción de pueblo marca la

contradicción insoluble de la modernidad que legitima al pueblo en nombre de la democracia pero lo rechaza en nombre de la cultura.

“A la noción política del pueblo como instancia legitimante del Gobierno civil, como generador de la nueva soberanía, corresponde en el ámbito de la cultura una idea radicalmente negativa de lo popular, que sintetiza para los ilustrados todo lo que estos quisieran ver superado, todo lo que viene a barrer *la razón*: superstición, ignorancia y turbulencia” (Barbero, 1987).

“De hecho, lo popular propiamente como en su ambigüedad y monstruosidad, no puede ser concebido más que de manera peyorativa por el intelectual político, el cual pasa todo lo que encuentra por la criba del proyecto (*pro-jectum*). En el mejor de los casos, este ente popular (pensamiento, religión, manera de ser) será considerado como signo de una impotencia para *ser otra cosa*, impotencia que por lo tanto conviene corregir” (Maffesoli, 1990).

En estas citas podemos dar cuenta que la categoría de lo popular está presente en dos planos, en el político como referente legitimador de la democracia entendida como igualdad, y en el cultural como exiliado de una razón civilizada. Esta misma dicotomía es la matriz histórica de la distinción conceptual y emocional entre “lo culto” y “lo popular”. Lo popular como lo “in-culto”, en la medida en que no está dentro de los códigos ilustrados, y su identidad se definirá por lo que le falta: el conocimiento y la estética de la postura ilustrada que ese conocimiento implica. De ahí que lo que está afuera del modelo es pensado como un irracional que amenaza al orden, una negatividad resistente que hará falta domesticar, porque si se rebela haría peligrar a la civilización misma.

Hoy, esta consideración ilustrada está generalizada entre las capas burguesas, pero lo peor es que aún pervive entre muchos científicos sociales, políticos e ideólogos del Estado-nación, como de algunos investigadores de la comunicación. Pero el derrumbamiento del proyecto ilustrado concentrado en la arquitectura y “majestad del Estado”, más los fenómenos de la sociedad de los medios masivos y las industrias culturales han vuelto la mirada sobre la sociedad civil y la “masa” de la que está hecha. Para no cometer los mismos errores de nuestros antepasados, Maffesoli pregunta en su mencionado libro si esa crítica que

señala como una impotencia de las masas para poder adaptarse a las exigencias del proyecto ilustrado ...:

“... en realidad, nosotros podríamos tratar de aplicarnos a nosotros mismos esta crítica, y ver si lo que nos caracteriza no es precisamente esta impotencia para comprender esa otra cosa que es el pueblo: masa informe, a la vez populachera e idealista, generosa y mezquina, en una palabra, una mezcla contradictoria que, como todo lo que está vivo, descansa en la tensión paradójica. ¿No se puede contemplar esta ambigüedad tal y como es? Es decir, una masa algo caótica, indeterminada, que de manera casi intencional tiene como único proyecto el de perdurar en su ser” (Maffesoli, 1990).

En otras palabras, tomar a la letra la recomendación de Maquiavelo, cuando pensaba que es mejor tomar en cuenta el pensamiento de la plaza pública más bien que el de palacio. Pero no para fines instrumentales como lo ha venido haciendo el populismo democrático, sino para comprender lo que sucede en la plaza pública, lo que está aconteciendo, sin imposiciones normativas de un “deber ser”, lo cual implica estar atentos y sensibles a las lógicas de socialidad emergentes, las complejidades entre lo masivo y lo popular.

Con estas ideas directrices podemos asumir las variantes populares de la socialidad en las culturas juveniles. Por ejemplo, ciertas conductas sociales de jóvenes populares son más orgánicas cuando salen a la plaza, al parque, a la calle. Buscan el contacto, la reunión informal, ocasional, pero no por ello menos vital, con sus dosis de violencia y otra de compañerismo. Se encuentran, se agrupan, sin previos planes, sin tener un sistema de comunicación rígido, planificado, sino oral costumbrista, proxémico, emocional, donde el mapa es cualquier rincón de la ciudad.

“No puede faltar la esquina. Iluminada por la luz pública o por la luna coqueta, cuando está llena. Lugar de vagos, puntos de reunión de los que fuman, saben del sabor de las cervezas, persiguen el amor como Cupidos, recitan piropos de mal gusto. Tendrán una grabadora a alto volumen, un manojo de naipes, una guitarra que sabe de baladas. Van al colegio con el cuaderno doblado como un garrote. Otros conversan de fútbol como si fuera el último día que pudieran hacerlo. La esquina es su faro desde el cual ven al mundo” (Martillo, J. 1999).

En la cultura popular urbana de fin de siglo se entablan lazos fuertes de duración leve. Buscan el contacto con los otros, se interesan, se “hacen amigos”, o se pelean, se vengán, luego se van, sin saber que pasará mañana. Se trata de una solidaridad del momento compartido, del espacio local marcado, diferente de otras solidaridades más organizadas o institucionales como son los clubes, los colegios, los sindicatos. “La nación”, por ejemplo, es un caso de organización *sui generis*. No es una pandilla, pero es una red de redes. La nación busca una fraternidad amparada en una especie de ritualidad sagrada, con su propio sistema de valores y un sentimiento gregario basada en él:

“¿En qué te ayuda integrarte en la nación?, y los chicos querían contestar pero él comenzó primero diciendo: ‘mira te ayuda económicamente si estás en problemas, te saca de las drogas. Te pongo un ejemplo de nuestro compañero que falleció, nosotros hicimos una recolecta, entró en el grupo de corazón, por eso todos los amigos donamos dinero y le fuimos a entregar a su mamá para ayudarla en algo y mira él era un integrante de corazón, no era por el simple hecho de lucir un collar o lamparear que pertenece a alguna nación, sino porque le gustaba estar en el grupo, ayudar y siempre respetaba las leyes” (Entrevista etnográfica a un chico del sector popular).

Otra socialidad no tan formal, episódica, ligada a los momentos de intensidad vivencial, la representa las barras de fútbol, que asociada al consumo del rock, hacen de esta agrupación una forma de reunión proxémica y también ritual, pero no institucionalizada del todo. Depende del concierto de música, o del partido de fútbol, momentos y lugares donde se puede perder, incluso, las diferencias de clase:

“Tenemos un punto de reunión: un billar afuera de la ciudadela Estatal, la mayoría de la gente de la barra estudian en esta universidad y días antes de que sea el partido, la gente se reúne allí y empiezan a pasarse la voz y nos dividimos las cosas: yo, por ejemplo, soy el encargado de contratar los carros para los viajes. De allí nos dividimos la colecta: un grupo va a los jugadores, otros a defensa privada, otros a Socio Amarillo y un día antes del partido vemos lo que tenemos y como nunca se consigue para todo, luego nos dividimos, pero la idea es que nuestros compañeros paguen menos. La gente allá no gasta mucho, prefieren gastar en trago, caña manabita, que comer. La gente más borracha, va en su mundo y ya vienen dormidos en el greso” (...).

“(...) Si a alguien se le ocurre una idea, se habla, si les guste o no les gusta, si a una sola no le gusta, igual los demás la hacen y esa persona también se mete, es algo democrático, no es que agarra y dice ‘me voy’. Tampoco nadie obliga a nadie a cantar nada, si les gusta, la cantan, si no no” (...).

“(...)El fútbol es lo que nos une. Es increíble que algo como Barcelona nos una tanto, somos la mejor barra del país. En Quito también se nos unen, es bonito, pero es por el fútbol. Es increíble cómo la gente se nos une: de acá salimos 20 y allá en Riobamba nos hacemos 300. El sentimiento rockero también nos une, pero hay algo en la barra, es una barra bulliciosa, puedes gritar de todo lo que quieres gritar, no sientes cohibición de nada, sientes ese valor de expresar lo que tú sientes, hay mucha gente que llevan una personalidad, pero no la demuestran, porque tienen un nombre y un apellido, pero dentro de ese espíritu de la barra quieres insultar, quieres gritar, eso es la barra, vas con todas esas cosas negativas y las expulsas y las conviertes en algo positivo. Era increíble incluso ver gente de palco, que se saben las canciones y las cantan, pero nosotros soñamos con que algún día sea como Argentina o como en Chile que se escuche una sola voz. En Argentina, por ejemplo, no es sólo la barra, es todo el estadio” (...).

“A veces también nos reunimos los de la barra a una fiesta, un concierto. La unidad es bien grande, hay bastante compañerismo, somos bien amigos. Yo generalmente no creo en la amistad, el amigo verdadero, pero algo que me ayudó de la barra fue cuando yo tuve un accidente y se me quemó la mano: en medio del partido lanzaron una luz de bengala y me estalló en la mano. Por allí había un amigo que sólo lo había visto tres o cuatro veces y yo me moría del dolor y encima los policías no querían abrirme la puerta para salir, tanto era el dolor, que yo empecé a romper la puerta con mi cabeza y este amigo salió y me vio y enseguida no sé qué hizo él con la policía, me llevó al hospital, llamó una ambulancia y yo allí lloraba porque decía dónde iba a sacar dinero para pagar esa clínica. Después me pusieron esas inyecciones y él me decía que no me preocupe y yo le decía que me lleve al Luis Vernaza, porque no tenía dinero para pagar. Cuando yo me desperté, ya no estaba él, sino mi hermana y los médicos dijeron que ya estaba todo cancelado” (Síntesis de un grupo de discusión con integrantes de la barra Sur Oscura).

Esta socialidad popular contrasta con la de los sectores altos. Los jóvenes de sectores altos difícilmente entablan relaciones fuera de espacios bien delimitados física y simbólicamente. Las fronteras simbólicas son establecidas por los grupos de referencia y por determinados obje-

tos exclusivos de consumo. Huyen de la heteronomía social, de la plaza, de la calle, de los espacios abiertos a la diversidad. No buscan contactarse con la diferencia, sino que la reconocen para alejarse de ella. Respecto a los sectores medios, estos se hallan en la encrucijada pendular entre la apertura y el cierre de fronteras de la socialización. Muchas veces los sectores medios se conflictúan a la hora de saber si ciertas prácticas socio-culturales los acerca o los aleja de los sectores altos. Por ejemplo, el revolverismo es una muestra palpable de lo mencionado. El arribismo y el oportunismo juegan un papel decisivo en la colocación subjetiva dentro del imaginario social del ascenso. Situación de lo más alejada de las formas de vida popular.

8. ¿TRIBUS URBANAS O GRUPOS JUVENILES?

Las tribus urbanas se caracterizan por una relativa estabilidad en la identidad grupal, de cierta consistencia en el tiempo de un estilo de vida, en la pertenencia a un universo simbólico de sentido más sistémico y coherente que las formas que adquieren los procesos identitarios e identificatorios desde las industrias culturales de la mayoría de los jóvenes consumidores. Si bien hoy se habla de identidades móviles, mutables, permeables, camaleónicas, las tribus urbanas asumen su identidad cultural desde la identificación total a un referente ya sea ideológico, estético, o de práctica social. Los anarquistas punk, los tecnogóticos y los ecologistas son respectivamente ejemplos de lo mencionado y que se observan ya en algunas ciudades grandes de América Latina. En definitiva son más consistentes que otras formas de agrupación socio-cultural. Hay una asimilación del lugar contestatario desde donde se ubican para diferenciarse de otras tribus, del Estado, de los adultos o de cualquier otra institución convencional de la sociedad.

En cambio las culturas juveniles son dinámicas, borrosas y porosas en sus fronteras, de tiempo precario e incluso simultáneo entre varias culturas en un mismo joven. Se caracterizan por las atmósferas que comparten, y estas se configuran por determinados consumos, ambientes físicos, modalidades en la acción. Las culturas juveniles no convergen en un sistema ritual necesariamente, como sí lo pueden hacer una tribu urbana rígida como “los cabezas rapadas”, o los “hard core” de Bogotá. Tampoco hay límites de edad. Cualquiera puede entrar a for-

mar parte de una cultura juvenil si está dispuesto a embarcarse en la vitalidad y en los tipos de consumos que ella demanda.

En Guayaquil con algún relativismo podríamos hablar de la existencia de tribus urbanas, tal vez, las barras de fútbol, los rockeros o metaleros y ciertas pandillas adscritas al consumo del rap, o asociaciones juveniles que organizan fiestas de merengue y de salsa. Pero estas características sociológicas no cumplen con el “perfil clásico” de una tribu urbana postmoderna. En las calles de Guayaquil no se ven grupos de jóvenes agrupados con las chaquetas negras y los peinados puntiagudos (Punk’s), o con las cabezas rapadas llevando camisetas con leyendas segregacionistas (Skind Head). Hay cuerpos parecidos a los descritos pero disueltos, disgregados, que no hacen comunidad, ni su visibilidad es evidente, estentórea y definida. Las otras formas de agrupación juvenil son circunstanciales, determinadas por los espacios (patios de comida, colegios) o las oportunidades de distracción (kermeses, ferias, fiestas, salas de juego, conciertos, cine) o los consumos (comics, música, moda) o las prácticas (deportes, computación, artes).

Hay con más frecuencia grupos de amigos que se juntan en comunidades emocionales, poco racionalizadas, amalgamadas básicamente por la música y ciertos consumos especiales como la computación (el Chat), los deportes y ciertas modas del momento. Estos grupos de amigos comparten valoraciones referentes a la sexualidad, la religión, la farándula, la moda, la tecnología, la ciudad, los padres y los “otros”, los pares y los diferentes. Sus prácticas cotidianas están condicionadas por los tiempos compartidos, tiempos propios de usos y apropiación relacional en constante mediación con las industrias culturales del espectáculo y el entretenimiento.

Pero queda pendiente saber a qué se debe esa lógica tan marcada en los imaginarios colectivos juveniles de la segregación por la raza y el dinero. Los prejuicios sociales y regionales, incluso, parecen transmitidos y asimilados sin ninguna crítica ni distancia generacional de los padres o abuelos. Lo que pone en duda que haya una fuerte ruptura generacional. Los sistemas de creencias y prejuicios sociales están altamente codificados, cerrados, lo que evita la permeabilidad real, a lo sumo es episódica. La dimensión simbólica, reflexiva, sopesada desde la historia de las migraciones intranacionales está supeditada a la imaginaria, al color de la piel, a las formas de habla, a las superficies epidérmicas, al culto del éxito económico, o a las imágenes de la violencia urbana, la co-

rupción, la viveza criolla, o el mercantilismo nacional o internacional. Sigue habiendo una admiración sin tapujos a los Estados Unidos pero en su versión Miami, sobre todo en sectores medio alto y alto.

Sin embargo, puede intuirse en los intersticios de esta socialidad entre abigarrada y laxa, algunas fracturas, algunos interrogantes no bien formulados que empiezan a poner en tela de duda algunas certezas y lugares comunes. Hay una creciente, pero débil aún, conciencia de un “no más” de la situación de crisis global que afecta a la ciudad y al país. Una voluntad de cambio que se tensa entre la perplejidad, la impotencia y el conformismo. Una tensión entre la pobreza de deseo y el deseo de saber. Desconfianza en la política de partidos, ganas de nuevas realizaciones, pero a la vez, olvidos que rápidamente ponen a la situación desde el comienzo.

Desactivar la inhibición de la imaginación, potenciar la interrogación, promover los juegos de los saberes, es un paso importante en la reconstrucción del otro, del yo, del nosotros, de la *pólis* toda. En las dinámicas urbanas de las culturas juveniles se probará esta agenda que solo cuenta con la iniciativa de unos pocos, pero que puede terminar sacudiendo la vida de muchos.

17. BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, Jesús Martín

1987 *De los Medios a las Mediaciones*, Gustavo Gil, Barcelona.

1998 *Hegemonía comunicacional y descentramiento cultural*, en Enfoques sobre Postmodernidad en América Latina, Sentido, Caracas.

BARBERO, J-M y Silva A.

1997 “*De los medios a las culturas*”, en *Proyectar la comunicación*, Tercer mundo, Bogotá.

CASTORIADIS, Cornelius

1998 *El ascenso de la insignificancia*, Cátedra, Madrid.

GIDDENS, Anthony

1993 *Consecuencias de la modernidad*, Alianza Universidad, Madrid.

HELLER, Agnes

1989 *Políticas de la postmodernidad*, Península, Barcelona.

HABERMAS, Jürgen

1983 *Teoría de la Acción Comunicativa*, Taurus, Barcelona.

1989 *Discurso filosófico de la modernidad*, Taurus, Barcelona.

HOPENHAYN, Martin

1998 “*Tribu y metrópolis en la postmodernidad latinoamericana*”, en *Enfoques sobre postmodernidad en América Latina*, Sentido, Caracas.

1997 *Después del nihilismo*, E.A.B., Santiago de Chile.

1995 *Ni apocalípticos ni integrados*, F.C.E., México.

LIPOVETSKY, Gilles

1986 *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona.

MAFFESOLI, Michel

1990 *El Tiempo de las tribus*, Icaria, Barcelona.

1994 “*La socialidad en la posmodernidad*”, en *Entorno a la posmodernidad*, Antropos, Barcelona.

1997 *La razón sensible*, Paidós, Barcelona.

MARTILLO Jorge

1999 *La Bohemia en Guayaquil & otras historias crónicas*, Archivo Histórico del Guayas.

MUÑOZ, Germán

1998 *Identidades culturales e imaginarios colectivos*. “Las Culturas juveniles urbanas vistas desde la cultura del rock”, en *Culturas, medios y sociedad*, Universidad Nacional, Bogotá.

ORTEGA, Alicia

1999 *La ciudad y sus bibliotecas*, Universidad Andina, Quito.

ORTIZ, Renato

1998 *Otro Territorio*, C.A.B., Bogotá.

REGUILLO, Rossana

1999 “*Las culturas emergentes en las ciencias sociales*”, en *Pensar las Ciencias Sociales Hoy*, México.

SANTOS, Boaventura de Sousa

1997 *Lo social y lo político en la transición postmoderna.*

SILVA, Armando

1997 *Imaginarios Urbanos*, Tercer Mundo, Bogotá.

VATTIMO, Gianni

1992 *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona.

LA PROBLEMÁTICA DE LA DISTINCIÓN DE GÉNEROS EN LAS CULTURAS JUVENILES

Cinthia Chiriboga

1. INTRODUCCIÓN

La revisión de las investigaciones recientes y conocidas en América Latina sobre el tema de las culturas juveniles nos lleva a la necesidad de problematizar desde una perspectiva de género, los recortes que los investigadores han hecho de las realidades sociales estudiadas para definir las como su objeto de estudio. En esta reflexión hay que partir de una crítica a los estudios culturales europeos y norteamericanos, que de alguna manera han servido de marco de referencia para los trabajos sobre culturas juveniles que hemos realizado en América Latina. La tendencia de los estudios culturales ha sido la de “observar” los aspectos más salientes de la experiencia juvenil para identificar los elementos de resistencia a la ideología dominante, presentes en las expresiones de los jóvenes: su música, peinados, vestimentas, accesorios, bailes, etc. Esa fue, en especial, la óptica de los primeros estudios de la escuela de Birmingham. Hesmondhalgh (1998) resume sucintamente las principales críticas que posteriormente se le hizo al enfoque de esta escuela:

“El hecho de que centraran su atención en las formas «espectaculares» del comportamiento juvenil a expensas de los conformistas..., su tendencia a concebir las subculturas como algo que es propiedad de los jóvenes trabajadores..., su universalización del comportamiento social británico, y, por lo que respecta a su utilidad para comprender las subculturas relacionadas con la música, su marginación del significado musical frente a las modas y actitudes”. (p. 304).

Algo que se asumía como dado, es que estos aspectos notorios de las expresiones juveniles representaban al conjunto de los jóvenes, cuando en realidad rescataban principalmente la experiencia masculina, pues las mujeres tenían participación minoritaria en algunas de estas expresiones estudiadas. Angela McRobbie (citada por Hesmondhalgh, 1998), participante de la escuela de Birmingham, fue

una de las que articuló esta crítica hacia estos primeros estudios culturales.

Es interesante observar cómo en América Latina hemos escogido estudiar expresiones juveniles parecidas a las trabajadas en los estudios culturales europeos y norteamericanos sin hacernos suficientemente cargo de esta crítica al sesgo “masculino” de los mismos. Hemos continuado atribuyendo como propio de lo juvenil, ciertas experiencias en las que los hombres hacen mayoría: ciertos agrupamientos o adhesiones a géneros como el *rock*, *punk*, *hardcore*, *rap*, etc.; el hacer graffitis; ser miembros de bandas; consumir drogas. Mientras, lo propio de la experiencia femenina juvenil es invisible o parecería ser percibido como convencional y visto como lo que hacen las mayorías, la “masa”, por lo tanto, se pensaría que dice poco o que, desde la ecuación “joven = cambio” –que secretamente muchos portamos– suponemos que no expresan un discurso de rebeldía que consideramos propio de lo joven. ¿Qué hay de rebelde en ver telenovelas venezolanas o en ir todos los viernes o domingos, a la misma hora, a la misma discoteca, a escuchar la misma música de moda, repitiendo los mismos bailes de moda que se observan en la TV? Hay más esperanza de rebeldía en el *rock* o en ser un *hacker*. Se piensa más decididor de la experiencia juvenil, lo poco común, lo oscuro, lo intenso de ciertas experiencias como la pertenencia a naciones y pandillas, la participación en barras de fútbol, los deportes de riesgo. ¿Qué cosas interesantes pueden decir actividades como comprar ropa y afeites, reunirse entre amigos en una casa a conversar, leer revistas femeninas, hacer dietas y hablar sobre ellas o en definitiva, el mundo de puertas para adentro del hogar?

Muchos de los estudios recientes sobre jóvenes se han centrado en las temáticas consideradas “más interesantes”¹. Lo más cotidiano, lo rutinario, no aparece como objeto de estudio; sin embargo, en esos mundos menos “salientes”, menos visibles es donde sucede mayoritariamente la experiencia femenina. ¿Será acaso que debemos suponer que las mujeres no son constructoras de “culturas juveniles” o que solo lo son aquellas jóvenes que sí participan de esas experiencias de casa hacia afuera?

1 Ver el temario del Seminario Internacional “¿Qué sabemos de los jóvenes? Estado del arte de la investigación sobre juventud”, realizado en Bogotá, Colombia en 1996.

Con excepción de un cauteloso señalamiento de Sonia Muñoz (1998) sobre este sesgo “masculino”, planteado al estudio sobre el consumo musical en jóvenes colombianos de Germán Muñoz, y algunas referencias, muy al paso, a la presencia o ausencia de mujeres en ciertas dinámicas juveniles (Reguillo, 1996) no hemos encontrado en América Latina una elaboración mayor que proponga otra mirada desde la perspectiva de género y que re-defina los objetos de estudio en el campo de las llamadas “culturas juveniles”.

Reguillo (1999) señala esta falta en los estudios recientes en América Latina y hace un llamado a llenar esta ausencia, eso sí, considerando a la mujer “en su contexto relacional con los hombres” (pág. 236) y evitando esencializar la identidad femenina, pues esto “es tanto o más grave que haber ignorado la diferencia o haber aceptado los patrones de medición de un mundo centralmente masculino.” (pág. 237).

Si bien ambos llamados son saludables, evidencian la necesidad de difundir con mayor ahínco de qué mismo se tratan las perspectivas de género, cuáles son los debates contemporáneos en ellas y cómo se entiende hoy la tan manida diferencia entre hombre y mujer.

El hecho de que el feminismo –fuente teórica principal de las hoy llamadas perspectivas de género– haya surgido como una acción militante que denuncia la desigualdad entre hombre y mujer ha llevado a que éste –y conceptos relativos a éste como ‘género’– sea considerado “pura ideología”, con la subyacente descalificación que esto trae. Terry Eagleton (1997) desmonta adecuadamente el sentido peyorativo que se asocia al concepto de ideología:

“Sostener en una conversación normal que alguien habla de forma ideológica, es seguramente mantener que se está juzgando un tema particular según algún rígido armazón o mediante ideas preconcebidas que deforman su comprensión. Yo veo las cosas tal y como son; usted las ve distorsionadas a través del corsé impuesto por algún extraño sistema doctrinario” (pág. 21).

En ese sentido, se percibe que quienes reivindican el feminismo como lente para entender las relaciones sociales, están “ideologizando” la realidad, mientras que los otros, no portarían ideologías (?) sobre qué es ser hombre y ser mujer y, por lo tanto, entienden de manera “objetiva” la realidad. La pregunta es, ¿hay alguien que no porte, produzca y participe de diversas formas de ideologías?

El problema de caracterizar al feminismo o a la perspectiva de género principalmente como ideología, es que refuerza estereotipos muy fuertes en su contra, como por ejemplo, pensar que solo se ocupa de las mujeres o que aún hoy ve como inherentes a la mujer (léase ‘esenciales’, ontológicos) ciertos rasgos que la identifican. Estos estereotipos levantan resistencias a explorar todas las reflexiones, debates y producciones teóricas de las perspectivas de género.

Lamas (1998) cita a Joan Scott² para dar cuenta de cómo el término “género” se acuña en un momento dado, ante la necesidad de reconocimiento formal a este *corpus* que producía el feminismo, por parte de la “academia”:

“En los últimos años cierto número de libros y artículos cuya materia es la historia de las mujeres, sustituyeron en sus títulos ‘mujeres’ por ‘género’. En algunos casos esta acepción, aunque se refiera vagamente a ciertos conceptos analíticos, se relaciona realmente con la acogida política del tema. En esas ocasiones el empleo de ‘género’ trata de subrayar la seriedad académica de una obra, porque ‘género’ suena más neutral y objetivo que ‘mujeres’. Género parece ajustarse a la terminología científica de las ciencias sociales y se desmarca así de la (supuestamente) estridente política del feminismo” (pág. 2).

Lamas (1998) igualmente reseña cómo, acertadamente, Scott planteaba que debía entenderse la noción de ‘género’:

“‘género’ se emplea también para designar las relaciones sociales entre los sexos...para sugerir que la información sobre las mujeres es necesariamente información sobre los hombres, que un estudio implica al otro...este uso rechaza la utilidad interpretativa de la idea de las esferas separadas, manteniendo que el estudio de las mujeres por separado, perpetúa la ficción de que una esfera, la experiencia de un sexo, tiene poco o nada que ver con la otra” (pág. 2).

Finalmente, Scott (citada por Lamas, 1998) invita a entender el género como un “elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen a los sexos” (pág. 2) y como “una forma primaria de relaciones significantes de poder” (pág. 2).

2 Marta Lamas toma la referencia del artículo de Joan Scott, “Gender: a Useful Category of Historical Analysis, en *American Historical Review*, N° 91, 1986.

Desde su labor como historiadora, Scott propone una agenda de estudio alrededor de por lo menos cuatro aspectos claves (citada por Lamas, 1998, pág. 2):

- ❑ Los símbolos y los mitos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples.
- ❑ Los conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de los significados de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que afirman categórica y unívocamente el significado de varón y mujer, masculino y femenino.
- ❑ Las instituciones y organizaciones sociales de las relaciones de género: el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas, la política.
- ❑ La identidad. Aunque aquí destacan los análisis individuales –las biografías– también hay posibilidad de tratamientos colectivos que estudian la construcción de la identidad genérica en grupos.

Los enfoques contemporáneos de género cuestionan la idea de identidades sexuales y de género fijas. A partir de los trabajos de Foucault, teóricas feministas (Butler, 1990; McNay 1992) sostienen que la clásica categoría sexo/género acuñada por Rubin (1975) –en la que sexo es equivalente a las determinantes biológicas de la identidad hombre-mujer mientras que género se equipara a cultura– pasa a ser cuestionada, pues Foucault (1978) señala que inclusive el sexo biológico como concepto, o la idea de un cuerpo sexuado, es una construcción discursiva de la modernidad en el ámbito científico, que tiene como propósito el control social del cuerpo. De esta manera se abre paso a la idea de entender las identidades de género en los contextos históricos, sociales, de clase, raciales, de edad, etc., en que se producen y transforman, y a la necesidad de comprender a qué fines sirven dichas construcciones identitarias (Herrera, 1997).

Con el presente estudio, pretendemos comenzar a hacer una propuesta en el anterior sentido. Señalar el sesgo masculino en los estudios recientes es un buen comienzo, pero hay que ir más allá. Hay que revisar algunos marcos interpretativos con los que se ha trabajado los estudios sobre culturas juveniles para articularlos a una óptica de género que rescate de manera equilibrada la experiencia de los jóvenes de ambos sexos.

Un primer punto de debate es alrededor del uso del concepto de *cultura*. Como bien señala Appadurai (1996), cultura, usado como sustantivo, remite a la idea de “algún tipo de objeto, cosa o substancia, sea física o metafísica” (pág. 12). Esa mirada sustantiva de cultura ha dado lugar a pensarla como la posesión por parte de las élites de saberes y de una sensibilidad estética, ausentes en el “pueblo” (Appadurai, 1996, Martín Barbero, 1987). Igualmente, se lo ha entendido como las señas de identidad de una raza o etnia determinada o las tradiciones ancestrales de un pueblo (Martín Barbero, 1987). En cualquiera de estas interpretaciones, la cultura es vista como algo estático, con límites más o menos definibles. Appadurai (1996) propone superar estas comprensiones manejando como alternativa la noción de “cultural” como adjetivo, puesto que permite:

“Iluminar puntos de similitud y contraste entre todo tipo de categorías: de clase, de género, de roles, de grupos, de naciones. Por lo tanto, cuando señalamos que una práctica, una distinción, una concepción, un objeto o una ideología poseen una dimensión cultural... enfatizamos la idea de diferencias situadas, es decir, diferencias en relación a algo local, encarnado y significante... Enfatizar la dimensionalidad del concepto de cultura antes que su substancialidad nos permite pensarla menos como una propiedad de los grupos y más como un dispositivo heurístico que podemos usar para hablar de la diferencia. Pero hay muchas diferencias en el mundo y sólo algunas son de orden cultural... Debemos considerar culturales solo aquellas diferencias que sientan los fundamentos para la movilización de las identidades grupales” (págs. 12-13).

Otro elemento central a considerar es la comprensión sobre la cultura que Martín Barbero (1987) rescata de la tradición anarquista en términos de un espacio de conflicto. Las elaboraciones posteriores que parten de Gramsci, y pasan por Foucault, extienden esta noción de cultura como un campo altamente dinámico donde dominación, resistencia y complicidad son un interjuego que explican “la producción, circulación y consumo de significaciones” (García Canclini 1994). Ejemplifiquémoslo así: un elemento del orden material-simbólico que eventualmente apuntala a la inscripción de los consumidores en los imaginarios, discursos e ideologías hegemónicas –digamos una canción del *top-ten* norteamericano– merced a los contextos de consumo de esos

elementos, puede generar formas abiertas o encubiertas de subversión de ese orden simbólico.

Appadurai (1996) propone el resistir pensar los grupos sociales como culturas, en el sentido substantivo. Esto nos debe llevar a evitar ver los agrupamientos alrededor de cualquier dimensión (de género, de edad, de estilos de vida) como culturas con contornos definidos, pues ellos significaría negar el carácter móvil, transaccional y conflictivo de los sentidos.

Otro aspecto a discutir es la noción de *consumo*. Algunos estudios recientes sobre culturas juveniles, trabajan el consumo como la dimensión que permitiría comprender los procesos identitarios en los jóvenes (Reguillo, 1996). Se trata de comprender cómo en el consumo de la música, las modas, los *mass media*, las nuevas tecnologías, los jóvenes construyen sus identidades móviles.

Sin embargo, esta movilidad de los procesos identitarios se entiende mejor si comprendemos el consumo en su dimensión cultural y por lo tanto dinámica. Si se entiende el consumo con de Certeau (1996) como *poiesis* (creación), como “las *maneras de emplear* los productos impuestos por el orden económico dominante” (p. XLIII), estamos rompiendo por un lado con una visión del acto del consumo como algo pasivo y, por otro, rebasando su dimensión material para entrar en el plano de lo simbólico. Consumir es producir, es resignificar aquello que viene “formateado” y que desde otros enfoques se ha presumido que “uniformiza” al consumidor. Desde esta perspectiva, los diferentes consumos de los jóvenes, no importa cuán impactantes o transformadores de lo social o no sean, son hechos culturales. Y ello abre aún más la puerta a estudiar la dimensión cultural de lo juvenil, considerando la experiencia femenina y entendiendo las diferencias de género, en consumos aparentemente similares.

Como ya mencionamos al inicio, McRobbie (citada por Scott, 1993) fue una de las primeras en formular críticas a los estudios culturales ingleses desde una perspectiva de género. Planteó que las actividades de entretenimiento de las adolescentes estaban principalmente enmarcadas en el mundo de lo familiar y que “en gran medida se ven y definen a sí mismas a través de la perspectiva del ‘romance’, resaltando así la importancia de estudiar la vida familiar y la cultura popular en el contexto de una marginalizada ‘cultura de dormitorio’ ” (Scott, 1993, pág. 5).

En esta parte del estudio, hemos querido rescatar justamente la dimensión cultural de consumos que son particulares a las jóvenes y aquellos que siendo común a ambos sexos, nos permiten descubrir imaginarios, valoraciones y prácticas sociales de género. Para ello hemos rescatado, a manera de cuaderno de recortes, aquellas descripciones de las etnografías, porciones de entrevistas, datos de la encuesta realizada en este estudio, datos externos provenientes de otras fuentes, que de alguna manera hablan de lo anterior.

2. LAS DISTINCIONES EN LOS CONSUMOS

La encuesta que realizamos, muestra ciertas similitudes, pero también diferencias muy marcadas en lo que son las preferencias de los jóvenes de ambos sexos.

ACTIVIDADES QUE REALIZAN EN SU TIEMPO LIBRE	MUJERES	HOMBRES
Escuchar música	23%	17%
Conversar con alguien de la familia	16%	9%
Ver TV	11%	16%
Leer periódico	9%	6%
Leer libros	8%	4%
Deporte	7%	18%
Leer revistas	5%	3%
Pasear en centros comerciales	4%	3%
Ir a bailar	4%	5%
Estar con enamorado (a)	3%	6%
Trabajar en computadora	3%	1%
Ir de compras	2%	1%
Viajar a otra ciudad	2%	2%
Jugar videos juegos	—	6%
OTROS	3%	3%

FUENTE: Encuesta Culturas Juveniles de Guayaquil, 1998.

Por un lado, para ambos sexos su primera preferencia es escuchar música, siendo esto más alto en las mujeres. Los varones tienen como su primera preferencia el hacer deportes, lo que para las mujeres entra

en el sexto lugar de preferencia. Para ambos grupos la televisión ocupa el tercer lugar de preferencia, siendo sin embargo, más alta esta preferencia en los hombres que en las mujeres.

Conversar con su familia es la segunda preferencia de las mujeres y la cuarta de los hombres. Más allá de los problemas de relación que puedan explicar esta última diferencia, este dato también nos habla de una presencia más constante de las mujeres en sus casas, lo que explicaría esta auto-percepción de las mujeres en cuanto a gustar conversar con la familia. Y decimos auto-percepción, porque las etnografías hechas en casas de jóvenes de ninguna manera reportan dichos contactos intra-familiares.

Dos datos adicionales son llamativos: la diferencia en la preferencia por estar con la(el) enamorada(o) y por los video-juegos. En el primer caso, las etnografías sobre todo de chicas de NSE bajo, reportan el excesivo cuidado que tienen los padres hacia las hijas y las prohibiciones que les hacen de tener enamorados.

“No me dejan tener amigos... me encantaría pintarme las uñas; no me dejan para nada, que llamen mis amigos, que vengan mis amigos. ¡Si a mi me dejaran que mis amigos vengan, yo fuera la persona más feliz de la vida!”
(Entrevista con chica de 15 años de NSE medio-bajo).

En cuanto a la preferencia de los hombres por los video-juegos, es explicable por la combinación de por lo menos dos factores asociados a una sensibilidad predominante masculina: el gusto por los dibujos animados y el deber “gustar” de los enfrentamientos físicos como parte de hacerse hombre.

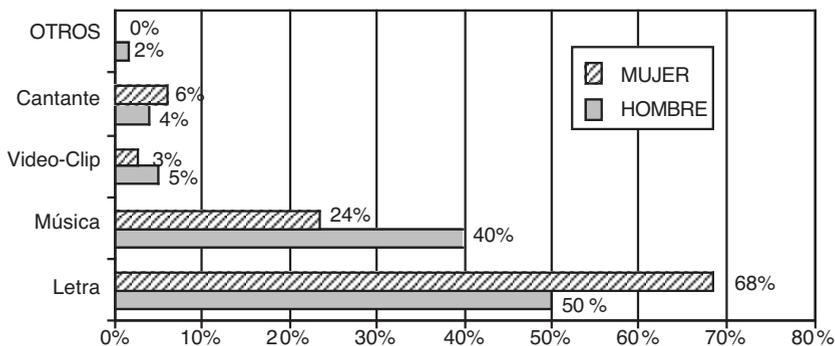
1.1. Música

El presente estudio confirma las preferencias musicales identificadas por Germán Muñoz (1998) en Colombia y por estudios exploratorios hechos con anterioridad en Guayaquil (Zerega, Vallejo y Manrique, 1998): las chicas tienen mayor preferencia por la música romántica y la música tropical. En los chicos la cosa varía solo en cuanto al peso de esas preferencias, aunque en términos de rango, siguen el mismo orden de importancia que las chicas. No hay que dejar de tomar en cuenta que dado el peso mayoritario del NSE bajo en la muestra, los resultados tienden a reflejar sus preferencias.

PREFERENCIAS MUSICALES	HOMBRES	MUJERES
Salsa	49%	41,8%
No tiene preferencia	23%	20,7%
Romántica	10,3%	21,9%
Pop	2,9%	1,5%
Rock	2,5%	1%
Regué	2,5%	0
Rap	1,5%	0
Merengue	1,5%	1,5%
Pasillo	1,5%	0
Balada	1,5%	3,6%
Religiosa	1%	2,5%
House	1%	0
Cumbia	0	1%
Todo tipo	0	3,1%
Otras	2%	1,5%

Es interesante mencionar que la quinta parte de los encuestados mencionados no tener preferencias musicales determinadas. El cuadro adjunto se construyó recodificando las respuestas a la pregunta sobre la canción preferida. Se pidió identificar el género musical al que pertenecía cada canción y a partir de ello se reagruparon las respuestas. En cuanto a qué le ponen más atención, en ambos predominó la letra, siendo esto más alto en las mujeres.

A QUE ATIENDE EN UNA CANCIÓN



1.2. Los amigos

Por otro, lado, los jóvenes de ambos sexos, expresaron de manera enfática, el lugar privilegiado que tienen los amigos en sus vidas.

QUÉ HACEN CON SUS AMIGOS	NSE ALTO		NSE MEDIO		NSE BAJO	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Conversar	12%	17%	22%	18%	21%	20%
Escuchar música en casa	8%	7%	14%	7%	13%	12%
Ver televisión	8%	7%	7%	4%	11%	9%
Pasear en centros comerciales	16%	3%	12%	10%	8%	6%
Ir de compras	12%	3%	4%	—	4%	2%
Practicar deportes	4%	13%	8%	14%	12%	14%
Ir a fiestas	16%	19%	12%	14%	12%	11%
Ir a discotecas	4%	10%	3%	8%	2%	5%
Ir a bares	4%	—	—	—	—	2%
Ir al cine	12%	7%	5%	5%	3%	2%
Ir a comer	4%	—	10%	5%	8%	7%
Ir al estadio	—	7%	—	7%	3%	8%
Usar Internet	—	7%	—	—	—	—

En estos datos se evidencia que las mujeres de NSE alto tienen mayor preferencia por hacer esto con sus amigas: conversar, ir a fiestas, salir de paseo a centros comerciales, a comprar y al cine. Por su parte los hombres de este estrato prefieren conversar, ir a fiestas, practicar deportes, ir a discotecas, ir al estadio y usar Internet.

Las chicas de estrato medio prefieren reunirse con sus amigas para conversar, escuchar música en casa, pasear en centros comerciales, ir a fiestas, e ir a comer. Los jóvenes prefieren más que nada conversar, practicar deportes, ir a fiestas y pasear en centros comerciales.

A nivel bajo es interesante destacar que no existen diferencias muy marcadas en las preferencias entre ambos sexos, con excepción de la asistencia al estadio en donde la preferencia de los varones es mayor.

Si se observan los aspectos en donde existen diferencias marcadas en cuanto a actividades preferidas por ambos sexos, corroboramos lo ya sabido en cuanto al mayor uso de los espacios públicos por parte de los hombres.

El mismo equipo de etnógrafos al interrogárseles sobre los espacios propios de las mujeres señalaron lo siguiente en una discusión colectiva (Octubre 14, 1998):

“Me parece que a nivel público, los hombres tienen un espacio propio: las esquinas, lugares de deporte, los billares... no sé si las mujeres cuentan con un espacio propio de esa forma” (Etnógrafo de NSE medio).

“En mi barrio nos sentamos todas las chicas alrededor de una piedra y otras van llegando y se nos unen afuera de mi casa, pero no es en una esquina, como los hombres” (Etnógrafa de NSE bajo).

“Se me ocurre que un espacio propio para las mujeres puede ser cuando conversan en un patio de comidas de Mall del Sol, pero eso es más público. A veces nos reunimos en la casa de alguien a conversar. Es un espacio más protegido y privado, menos visible” (Etnógrafa de NSE medio).

“Para las mujeres, la importancia del espacio va a estar en la persona que forma parte de ese espacio: me voy a casa de... me voy a bailar con... me voy a comer con... Mientras que los hombres no reparan en eso: me voy al bar, me voy a la discoteca, me voy al estadio, a la cancha, donde se encuentran con todo el mundo” (Etnógrafa de NSE alto).

En interesante resaltar el peso de la conversación con sus amigas, en las chicas de estratos bajos frente a las del alto. Una chica lo admitía así:

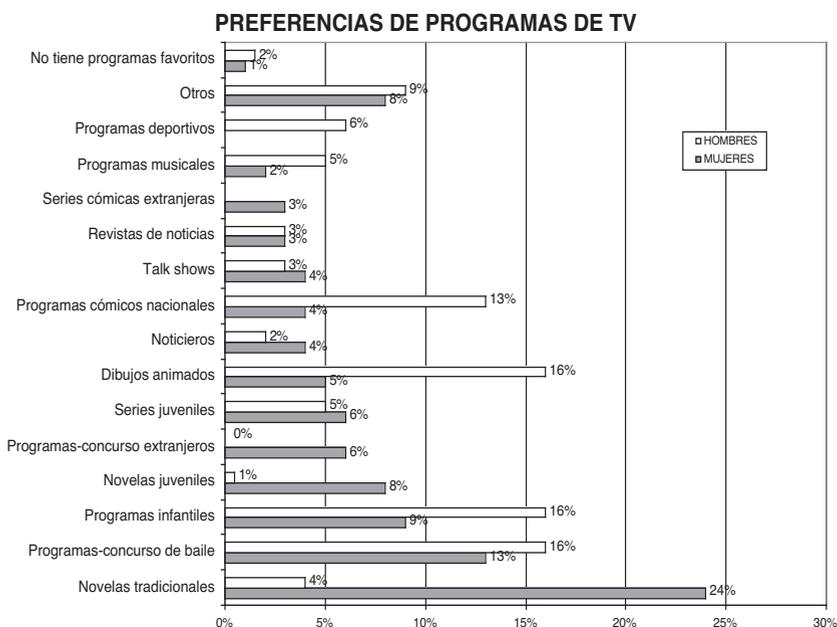
“Converso lo que más puedo... Yo hablo, hablo y hablo. Ese es mi hobby: hablar. Por eso converso tanto por teléfono”. (Entrevista con chica de 15 años de NSE medio-bajo).

Para las chicas de estrato bajo que entrevistamos, el colegio, al mismo tiempo que es vivido como una obligación tediosa, es también un espacio que disfrutan porque les permite un contacto cotidiano con sus amigas y con chicos, cuando es mixto.

“El ambiente de mi colegio es mixto y es chévere, es como el programa de ‘A Todo Corazón’, es chévere, chévere, pero hay unos profesores que sí son un poquito molestos, pero nada más, ya se los aguanta y se pasa todo divertido, tanto en las horas como en el recreo y horas libres” (Entrevista de un etnógrafo a una chica de 13 años de NSE bajo; noviembre 10, 1998).

1.3. Televisión

En términos del consumo de programas televisivos, los datos de la encuesta arrojaron una marcada preferencia de las mujeres por las telenovelas y los programas concurso; mientras que los varones dicen preferir los dibujos animados, programas concurso de baile, programas infantiles, programas cómicos nacionales.



Para el caso de los chicos, las preferencias son: dibujos animados, programas infantiles, programas cómicos nacionales. Esto se explicaría por la particular combinación de humor, violencia y competencia que tienen la mayoría de estos programas. El ingenio humorístico es una cosa altamente valorada y esperada en los varones. Las bromas son un componente central en la dinámica de relaciones de camaradería entre los jóvenes. En el rubro de dibujos animados, por ejemplo, los hombres mencionaron gustar de *Bugs Bunny*, *Tom y Jerry*, *Dragon Ball*, *Los Pica-piedras*, *Scooby Doo*, *X-Men*. Sería importante en futuros estudios explorar con mayor detenimiento los gustos televisivos de los varones para una mejor comprensión del lugar de estos gustos en la construcción de lo “masculino”.

1.3.1. Las telenovelas

Por ejemplo; ¿Qué tipos de programas te gusta ver?

“De la TV, solamente novelas, nada de caricaturas ni nada..., Brasileñas, Colombianas, Venezolanas... Novelas, novelas y novelas, mi vida es ver novelas de toda clase” (Chica de 13 años de NSE bajo; noviembre 10, 1998).

Vamos a desarrollar particularmente una reflexión alrededor de la telenovela por ser un tipo de consumo que es paradigmático de cómo se articulan algunos de los elementos centrales en la construcción de sentido de la existencia de las jóvenes, esto es, la amistad y el amor y por el rol importante que tiene en los consumos femeninos.

Esta decisión de reflexionar con un poco más de detenimiento las novelas la hicimos a sabiendas de que este consumo ha sido largamente estudiado, sobre todo en sus aspectos textuales (López-Pumarejo, 1987; Verón y Escudero, 1997). Sin embargo, muy poco se ha estudiado al receptor (Brown, 1994), mucho menos en América Latina (Martín Barbero y Muñoz, 1992) y tal vez de ninguna manera entre jóvenes en nuestros países. En la óptica de entender las nuevas sensibilidades juveniles, es interesante preguntarse si efectivamente los y las jóvenes guayaquileñas se aproximan preferentemente a las variantes narrativas más cercanas a las problemáticas contemporáneas y juveniles o si persisten en consumir las tramas tradicionales. Puesto que el foco de nuestra investigación etnográfica no fueron los consumos televisivos, hemos rescatado aquello que fue dicho de pasada, en las entrevistas y observaciones y hemos rescatado datos de otras fuentes para complementar nuestros propios datos.

Dentro de los límites empíricos antes dichos, en esta parte del trabajo no intentamos hacer una apología de la telenovela, sino una búsqueda del sentido que tienen para las mujeres y su doble rol en la construcción de las dinámicas de sumisión y resistencias de género. A pesar del señalamiento anterior, no podemos dejar de mencionar un hecho particular en los varones; si bien en la encuesta que hicimos las telenovelas ocupan un lugar minoritario en sus consumos televisivos, al revisar *ratings* de *Nielsen* de mayo del 99, descubrimos un alto consumo de telenovelas en los jóvenes; siendo inclusive más alto que el de las mujeres para algunos casos. Resumimos a continuación dichos ra-

tings y hemos incluido dos grupos de edad: los adolescentes y los jóvenes entre 18 y 24 años, pues ellos pone en evidencia que el mayor “furo telenovelesco” se da entre los más jóvenes:

TELENOVELAS CON TRAMAS TRADICIONALES	RATING	RATING
	Hombres NSE Bajo 12 - 17 años	Hombres NSE Bajo 18 - 24 años
El privilegio de amar	6,7%	13,7%
Camila	15,7%	15,0%
La mujer de mi vida	15,3%	5,1%
Como tú ninguna	11,9%	2,7%
El país de las mujeres	8,9%	6,7%
Cara sucia	6,2%	5,0%
Te sigo amando	6,6%	6,7%
(Café - 3° repetición)	3,4%	1,1%
Las Juanas	0,8%	1,7%
Historia de amor	2,8%	3,1%

También nos llamó la atención las preferencias de las jóvenes por las tramas tradicionales, por sobre las que ofrecen una mirada diferente al manejo de las relaciones amorosas (*‘Perro Amor’*, novela colombiana); personajes y problemáticas juveniles (*‘Verano Eterno’*, *‘Muñeca Brava’*, argentinas) o problemas de las sociedades latinoamericanas (*‘La Noche’*, peruana). Estas preferencias se dan más fuertemente entre las jóvenes de NSE bajo pues las de nivel alto sí tienden a gustar de las no tradicionales.

Esta preferencia por los argumentos tradicionales, habla tal vez de lo convencionales que son los jóvenes de los sectores bajos de ambos sexos, pero sobre todo habla más de lo convencional que es la oferta televisiva en la ciudad, pues el grueso de la programación lo que hace es reciclar a través de los diversos formatos, las mismas estéticas y valoraciones anticuadas, propias de la perspectiva adulta.

TELENOVELAS CON TRAMAS TRADICIONALES	RATING	RATING
	Mujeres NSE Bajo 12 - 17 años	Mujeres NSE Alto 12 - 17 años
El privilegio de amar	14,1%	7,9%
Camila	13,7%	3,3%
La mujer de mi vida	13,2%	5,8%
Como tú ninguna	10,2%	1,0%
País de las mujeres	10,1%	4,2%
Cara sucia	7,7%	3,1%
Te sigo amando	6,6%	2,3%
(Café - 3° repetición)	6,0%	9,0%
Las Juanas	5,1%	0,2%
Historia de amor	4,4%	6,6%

FUENTE: Nielsen - Semana del 10 al 16 de Mayo de 1999

La telenovela es un género que desde sus antecedentes –el folletín y la radionovela– y en sus orígenes, fue concebida para públicos femeninos como parte de las estrategias publicitarias de los medios, teniendo sus creadores la presunción básica de que dada la simpleza mental de las mujeres, si se les ofrecía narrativas ajustadas a sus intereses –el romance– sería más fácil persuadirlas al consumo de los productos auspiciantes de las novelas (López-Pumarejo, 1987).

Por lo anterior, las telenovelas han sido tradicionalmente satanizadas en los estudios críticos de medios y en las primeras aproximaciones de las feministas a este producto de las industrias culturales, especialmente en los ‘60 y ‘70. Se les criticaba su función alienante por presentar historias “imposibles” que escondía el carácter de clase de la sociedad (las criadas o las pobres que se enamoran del patrón o del rico). La adicción particular de las mujeres a la telenovela, restaba posibilidades para una toma de conciencia de su explotación y subordinación como clase y como género.

Brown (citada por Grandi, 1995) reseña que los primeros estudios de las feministas norteamericanas sobre la televisión eran eminentemente análisis de contenidos, y a partir de ellos suponían el “efecto” alienante en las audiencias. Grandi (1995) anota que la tradición norteamericana de estudios en comunicación de masas, denominó despec-

tiva y socarronamente a las telenovelas como “*soap operas*” por ser un género menor, que aparte de entretenimiento superficial no parecían brindar nada interesante que mereciese la pena estudiar.

Es a partir de los ‘80 que comienza a cobrar mayor interés académico el estudio de las telenovelas (al menos en la tradición anglosajona) desde dos perspectivas diferentes, pero convergentes: desde la influencia de la escuela de Birmingham que se preocupa por entender el consumo de productos culturales y desde un feminismo que más allá de “moralizar” sobre la sociedad patriarcal trata de entender la experiencia femenina en diversos ámbitos: su placer como espectadora de cine y televisión (Brown, 1987; Geraghty, 1998), su apropiación de las modas y al baile (McRobbie, 1993), su uso de revistas femeninas (McRobbie, 1998), etc.

Particularmente en las telenovelas, Brown (1987) rescata la centralidad del habla y la intimidad, a los que identifica como valores positivos propios de la experiencia femenina. Ella sostiene que la construcción de sentidos e identidades para las mujeres son marcados por el consumo de telenovelas. Brown apunta que:

“En la cultura del hogar, las chicas y mujeres aceptan las telenovelas como parte de su proceso de hacerse adultas, mientras que los varones sienten que ver telenovelas es una de las actividades femeninas que ellos deben rechazar para establecer una identidad de género. El denigrar los productos masivos de los medios, estrechamente ligados a las mujeres [por ser consumidoras por excelencia de ellos], puede ser visto por los chicos como parte del proceso de diferenciación de roles sexuales” (1987, pág. 7).

Esta autora ve que los usos del lenguaje de la telenovela son cercanos a la oralidad femenina cuyos temas han girado tradicionalmente alrededor de lo cotidiano: problemas de la vida familiar, comentarios sobre la vida de otros (chisme), arreglos matrimoniales, etc. Brown (1994), además, retrabaja la dinámica entre cultura hegemónica y subalterna, en el contexto de las relaciones de género. Ella señala que la “noción de hegemonía es incompleta si no incluye el género en sus conceptualización de lucha de poder” (pág. 7). Desde esta perspectiva apunta cómo en la cultura hegemónica hay placeres legítimos y placeres devaluados socialmente, como el de ver telenovelas.

“... en la relación que establecen a través del chisme sobre las telenovelas, se establecen una solidaridad que opera como una amenaza al sistema representacional dominante porque el saber sobre el placer creado por las mujeres para ellas mismas es una negación del placer en los términos masculinos alrededor del cual se construye mucho del discurso dominante” (Brown, 1987, pág. 7).

El secreto, de acuerdo a Escudero (1997), es otro de los elementos que explican la atracción de las audiencias a este género, y que, siguiendo con la línea argumentativa de Brown en torno al chisme, explica el enganche del público femenino.

Es necesario entender la relación de las audiencias con la telenovela desde la perspectiva de De Certeau (1996) del consumo “productivo” resignificante. Martín Barbero y Muñoz (1992), en su estudio en Cali, encontraron que la telenovela servía a las mujeres no solo para reunirse y hablar de las incidencias de cada capítulo, sino también para hablar de sus vidas. De esta forma se van re-significando los contenidos de los medios.

En nuestro estudio, aparecen varios usos que las jóvenes hacen de ellas: para establecer distinciones sociales, para aprender formas de comportamiento, para informarse del mundo de afuera al que por razones de control paterno –en especial chicas de sectores bajos– no acceden; sirve para comparar situaciones con la propia vida y juzgar no solo a los personajes, sino a sí mismas en su desempeño en situaciones como las presentadas en las novelas:

“Hay novelas que sí son horribles, pues..., las venezolanas son asquerosas, novelas como el no sé cuántico en el espejo, Samanta... esas novelas son las verdaderas que llegan a ser drama barato... bueno, hay gente que sí las ve” (Chica de NSE medio-alto de 20 años).

“Dicen que nosotros de la novela no sacamos nada provechoso de ellas, pero yo digo que no, porque antes de comenzar a ver ‘Verano Eterno’ yo era bien mojigata, dejaba que me faltaran el respeto, pero ahora no, cuando yo comencé a ver cómo actuaba Clara, ¿ya?... yo no insulto a la persona cuando peleo - la hago trizas simple y llanamente...con lo que le digo. Eso aprendí de Clara” (Chica de NSE medio-bajo de 15 años).

“Me identificaba con Mariana en ‘Montaña Rusa’, porque es muy parecido la manera cómo ella se comportaba con su enamorado... es parecida a la manera cómo yo me comporto con el mío” (Chica de NSE medio-alto de 18 años).

Algo central en la trama de todas las telenovelas son las relaciones amorosas entre los personajes principales. El tema del amor, no es solo de interés para las mujeres; lo es para ambos sexos, pero la lectura que se hace del amor varía según el género. ¿Por qué el amor es un ingrediente indispensable para que las historias tengan relevancia para las mujeres? Probablemente porque la construcción del sentido de identidad femenino gira alrededor del amor. Este tiene un rol preponderante en las diversas narraciones de los medios (películas, telenovelas, revistas, canciones) así como en los discursos de la vida cotidiana. Siempre aparece la realización amorosa como la principal meta de las mujeres, mientras que para los hombres es uno de los ingredientes de su vida junto con el trabajo y otras acciones en la esfera pública. El amor no solo refiere a la idea de realización y felicidad, sino que estrechamente asociado a él está su contraparte: ¿qué le pasa a las mujeres que no viven un amor? Están solas. El miedo a la soledad es un aspecto que va íntimamente ligado al de la necesidad del amor. Si para los hombres resulta desestructurante la falta de éxito en el mundo público, para las mujeres lo constituye la falta de éxito en el amor. El estar sola es articulado socialmente para las mujeres como un fracaso. Este es un elemento poderoso que explica el “frenesí” de las mujeres con el amor y las narraciones románticas.

“¡Quién no se acuerda de Café! Sebastián era la maravilla andando... la época de la Gaviota, yo me acuerdo que yo estaba en el colegio... no me podía perder un solo capítulo... es la mujer pobre que se enamora de un niño rico, después ella termina siendo inteligentísima y tiene un puesto como importantísimo, pero todos los toques adicionales de la novela, que las canciones, la manera como ella se lo cacheteaba y se lo ponía en su puesto, como que son cosas que le agregan más emoción a la novela... ahora que la están repitiendo... la estoy viendo de nuevo y como que con el paso del tiempo, con lo que uno va cambiando como persona... lo asimilas de manera diferente... la primera vez que la dieron Sebastián era el hombre perfecto... y Lucía [esposa de Sebastián] era la estúpida, la maldita, la desgraciada; y yo ahora no pienso como pensaba antes... él es un egoísta... porque él no se quiere quedar sin pan ni pedazo; él ama supuestamente a la Gaviota y está igual con la esposa y no la deja porque no puede estar solo, porque si está solo se muere... entonces como que él tiene el mismo papel egoísta, machista, que solo quiere su bienestar y no es el hombre ideal que yo veía antes... fuera del contexto de la relación de ellos dos... igual es un desgraciado... como que las

novelas dependen de los ojos con que lo mires” (Chica de 20 años de NSE medio-alto).

3. EL CUERPO SEXUADO

¿Qué tipo de ropa te gusta?

“Los jeans, vestidos pequeños... lo que más uso en mi casa es shorts y para la calle sí faldas chiquitas y vestidos chiquitos...”

¿A ti te gusta enseñar tu cuerpo?

“O sea, me gusta vestir así, pero que no me estén molestando” (Entrevista de un etnógrafo a una chica de NSE bajo de 16 años; noviembre 7, 1998).

En este acápite queremos reflexionar sobre los imaginarios que existen respecto al cuerpo en nuestro medio. Queremos hacer hincapié especial en el lugar del cuerpo femenino en dichos imaginarios, pues hipotetizamos que es la imagen de cuerpos femeninos la que emerge en las mentes de la mayoría de hombres y mujeres cuando de pensar el cuerpo se trata. Esa imagen femenina no es cualquiera, es joven, delgada y bella, según cánones establecidos por toda la maquinaria de las industrias culturales. Obedece también a ciertos estereotipos raciales, que, en el caso de los hombres, emergen en función de para qué es pensada esa belleza.

3.1. El cuerpo-espectáculo

Sostenemos que la relación entre los jóvenes, en especial, la de hombres con mujeres y la de mujeres con otras mujeres, está impregnada de “espectacularidad”, en los términos que lo define González Requena (1992).

Este autor, para definir la noción de relación espectacular, parte del concepto de identificación especular o imaginaria planteada por el psicoanálisis lacaniano, pues esta relación imaginaria es la que sustenta la relación espectacular.

Desde el punto de vista evolutivo, la identificación imaginaria se construye en la relación de los infantes con sus madres cuyo cuerpo sirve a los primeros de sustento para construir una primera forma de de-

marcación entre lo externo y lo interno, un primer paso en el proceso de subjetivización, de constitución del yo. El cuerpo de la madre es el modelo que le permite al infante, a manera de espejo, construir la imagen de sí mismo; la madre cumple una función ortopédica al proveer esa imagen de sí de la que carece el niño, ello instaura en éste, el deseo del otro, porque posee lo que no se tiene. La mirada en este proceso es clave porque es la que vehiculiza la noción de otro y la que permite percibir la distancia con ese objeto de deseo. Sin embargo, este deseo está plagado de ambivalencias porque al mismo tiempo que el otro es necesario para la constitución del yo, es una amenaza para la plena emergencia de ese yo, Lacan (citado por González Requena, 1992), al respecto señala:

“En esta relación el deseo del sujeto solo puede confirmarse en la competencia, en la rivalidad absoluta con el otro por el sujeto hacia el cual tiende. Cada vez que nos aproximamos, en un sujeto, a esta alienación primordial, se genera la agresividad más radical: el deseo de la desaparición del otro, en tanto que el otro soporta el deseo del sujeto” (pág. 64).

En el mismo psicoanálisis lacaniano se plantea que la salida de esta relación imaginaria la produce el acceso al orden simbólico, de la palabra –que nombra al niño como sujeto único y diferente al resto– a través de un tercero, el padre, quien instaura una ruptura en esa relación binaria, incestuosa, con la madre, introduciendo el sentido de la ley, aquella que prohíbe el incesto. Si bien el sujeto accede a una nueva dimensión, la simbólica, este hecho no anula la existencia de las otras dimensiones que la preceden.

González Requena (1992) sostiene que en la relación espectacular lo imaginario es invocado, puesto que dicha relación supone varios de los elementos propios de la relación imaginaria. Es por ello que este autor juega en lo escrito con el término “Espec(tac)ular” para expresar esta intersección conceptual. Estas son las características de la relación espectacular:

- ❑ Supone la interacción entre un espectador y una exhibición que se ofrece a éste.
- ❑ Exige distancia, no participación física del espectador en la exhibición. Esto implica que el cuerpo del sujeto es negado mientras el que se exhibe es plenamente afirmado.

- ❑ Requiere el uso privilegiado de la vista que es el sentido que junto con el oído permite captar hechos a la distancia. En este caso la mirada es elemento clave y la audición su complemento. Los otros tres sentidos, por el contrario, operan en el plano de la intimidad; no son necesarios ni deseables para que se produzca esta relación espectacular.
- ❑ Requiere la presencia de cuerpos actuantes, visibles y audibles.
- ❑ Los cuerpos que se exhiben, son cuerpos que seducen, que buscan “atraer –apropiarse– de la mirada deseante del otro” (pág. 59).

La relación *distanciada* entre mirada y cuerpo es el nudo central de la relación espectacular, pues en el momento que se rompe esa distancia, se entra a formar parte del suceso y con ello se rompe la posibilidad de la contemplación.

Es, pues, desde esta definición que planteamos lo espectacular de la relación hacia las mujeres. El género del “espectador”, es una dimensión importante para entender el devenir de esa relación espectacular. En el caso de los hombres con las mujeres, es el de hacer suyo ese cuerpo-espectáculo y con ello beneficiarse de los réditos de un espectáculo bien presentado, captando la admiración de otros espectadores. No importa el sujeto que porta ese cuerpo-espectáculo, pero la puesta en escena del cuerpo a exhibirse, es algo que se trabaja cuidadosamente, pues de ello depende su habilidad para captar la mirada deseante.

“Se acerca el animador de un programa concurso de televisión llamado ‘Guayaquil Caliente’... venía acompañado de... una mujer que hace de modelo en el mismo programa... por supuesto, ella se llevó todas las miradas porque en la televisión sale con unos vestidos bien apretados y unos escotes grandes. Ahora estaba con una minifalda que le daba mucho más arriba de la rodilla... A. dijo ‘qué rica está esta perra, me dan ganas de comérmela’... R. comentó ‘Mamita linda que buenas patas’... Era evidente que todos los hombres que la estaban viendo emitían su comentario y que ella pasó sin hacer ningún gesto de asombro o de espanto. El que me pareció raro que no diga nada fue el animador, no le importó que la gente viera a su compañera con cara de morbosos” (Observación del etnógrafo de clase media en un bar de Urdesa. Septiembre 19, 1998).

Los anteriores datos, además, dan cuenta de la indiferencia de los observadores –todos hombres– ante otro hombre –el animador. Esto no significa que no se dé ese proceso de observación en espejo, no lo sa-

bemos; pero lo que sí se evidencia es que de haber tal mirada especular también entre hombres, no se han construido discursos públicos, ni se han puesto a circular imaginarios al respecto. Podríamos hipotetizar que la negativa a hablar del cuerpo de otro hombre, evita poner en entredicho las masculinidades, porque si hay algo de lo que se tiene conciencia es de la naturaleza erótica de la mirada.

Los hombres de sectores medio-alto de nuestro estudio evidenciaron que podían ser implacables al momento de sus elecciones en cuanto a mujeres. En sus imaginarios la apariencia física de las mujeres es un rasgo irrenunciable de sus fantasías.

“Bueno –dice Luis– si nadie se casa con ella es porque es fea y encima engreída... si más que sea fuera guapa” “Si fuera guapa –le pregunto– ¿en qué cambiaría eso las cosas?”. “No sé –dice Luis– si es guapa en algo le perdona, es como si yo me casara con Daysy Fuentes (una presentadora y modelo famosa de MTV) y me deja... ¡bueno! Es Daysy Fuentes, ¿no? Puede hacer lo que le da la gana, por lo menos estuve casado con ella... la verdad es que yo les he preguntado a mis amigos que si ellos tuvieran a lado a una mujer increíblemente guapa, pero además fuera una bestia, así, bien bruta la mujer, que no dice nada, ni siquiera abre la boca y les pregunto si la seguirían teniendo a lado, sólo para mirarla y todos me han dicho que sí”. (Observación de una reunión entre amigos de NSE alto y medio-alto; enero 8, 1999).

Esta opción por el cuerpo femenino “bello” está más allá de un goce estético. Tiene que ver con el poder que ese cuerpo-espectáculo le endosa al momento que se exhibe junto a él. Como bien señala González Requena (1992),

“El espectáculo se nos descubre así como la realización de la operación de seducción. Pero la seducción es, a su vez, el ejercicio de un determinado poder: el poder sobre el deseo del otro” (pág 60).

El cuerpo-espectáculo que se exhibe se constituye como tal gracias al deseo del otro. Ese deseo le confiere poder, que le permite entrar en una transacción con el espectador deseante cuando éste tiene a su vez algo que quien exhibe no posee. Esta es la lógica que explica la práctica del “reboleo” entre jóvenes de nuestra ciudad; práctica que se analiza en detalle en otra sección.

En el caso de las mujeres como espectadoras de otras mujeres, es una mirada en espejo; la otra es una imagen que sirve para evaluar la propia y establecer el lugar de cada una en las situaciones públicas de interacción con unos “otros”. Al mirar a los hombres, importa el cuerpo, pero no tanto como importa el cuerpo de otras mujeres:

“En una mujer me fijo en cómo se la ve de conjunto, o sea, cómo está arreglada, cómo está vestida... en un hombre lo primero que me fijo... yo creo que lo mismo, pero en una mujer como que me fijo más... un hombre gordo por ejemplo, no me molesta” (Chica de NSE medio-alto de 22 años).

“... me fijo en todas las partes del cuerpo de una mujer, no sé, porque para mí el cuerpo de una mujer es importante, se lo valoro más que el de un hombre”. (Chica de NSE medio, de 22 años).

¿Qué clase de erotismo se construye en esa mirada? Si es en espejo, tal vez es un goce auto-erótico, narcisista. Pero ¿qué pasa cuando se produce el repudio del espectáculo que se nos ofrece? Es como una ruptura del espejo, no hay imagen de reflejo, no se construye una mirada deseante.

“Una de mis amigas que está conmigo en el stand se me acerca y me dice al oído: ‘mira esa mujer, qué chola’... le pregunté por qué le decía así. Ella me dijo ‘pero mírala nomás, es una gordota, y con ese short, se le salen todas las llantas’ (cuando dijo llantas yo entendí que era grasa abdominal que le formaban rollitos en la cintura)”. (Observación del etnógrafo de clase media, 6 de septiembre, 1998).

Un ingrediente clave en estos procesos de relaciones espectaculares, es el rol de los medios como proveedores de imaginarios e ideales estéticos, que modulan el juicio del cuerpo-espectáculo que los jóvenes se ofrecen entre sí; y decimos modulan, porque tal vez en ciertos grupos esos imaginarios *mass* mediáticos se combinan de manera caprichosa o conflictiva con otros que responden a estéticas locales.

Tu pelo se parece al de Martha [modelo de un programa de TV]

“Es que me gusta andar con el pelo suelto y ponerme los cintillos, ella [Martha] se puso un día y yo le dije a mi mami que me haga unos iguales; es que es costurera. También tengo de otro color y una camiseta igualita a una que se pusieron una vez”. (Entrevista a chica de 17 años de NSE bajo, asistente regular al programa de TV de concursos de baile ‘A todo dar’).

Lo anterior nos remite a la reflexión sobre la exhibición en sí, el cuerpo-espectáculo que se ofrece. ¿Es todo de la misma calidad? ¿Es siempre igual? o ¿hay formas diferentes de colocarse como espectador según quién es o cómo está el otro que es observado? Aquí, junto con las distinciones de género se conjugan aquellas de orden racial o de clase.

“Los ideales de belleza son diferentes según los sectores socioeconómicos. Por ejemplo, esa chica de la discoteca que andaba en shortcito, era como ver a una modelo de la ‘Feria de la Alegría’ [programa-concurso de la TV local] o de estos videos latinos donde salen las mujeres bailando. Alguien de nuestro grupo jamás se vestiría así, porque todos pensarían que es una ‘zorra’, ... Para nosotros los ideales de belleza son las modelos de Calvin Klein, las chicas flaquísimas, las actrices de televisión, las series tipo ‘Friends’, ‘Dharma y Greg’, esas series de Sony, las últimas películas, pero mucho tiene que ver de revistas. Pero sobre todo, la referencia viene de la gente que estudia afuera, porque regresan vestidos de tal manera... por ejemplo, hace algunos meses llegó una amiga mía que había estado en Europa y Estados Unidos y fuimos a una fiesta y ella fue vestida con un pantalón pescador negro y una camiseta strapless rosada y fue un impacto. A ella se la veía muy bien. Tal vez, si lo hubiera visto en una persona de clase baja hubiera dicho ‘qué ñeco’ ” (Entrevista a una etnógrafa de NSE alto, diciembre 12, 1998).

Para el caso de los hombres de sectores medios y altos, las chicas de su propio sector social parecerían no ser vistas desde esta relación espectacular. Es curioso que en todos los registros del etnógrafo de clase media, no aparece ni una sola descripción del cuerpo de chicas de su estrato social, aún cuando circulan constantemente con ellas. En cambio sí hubo algunos registros de los rasgos corporales de chicas de otros estratos. Justamente la *distancia* social crea esta condición de extrañamiento necesaria para que haya relación espectacular.

Sólo cuando la palabra entra en juego se rompe con la relación espectacular; se pasa a una relación en la que los cuerpos se dotan de un sujeto con historia, con problemas, con opiniones. Esto se ejemplariza de manera intensa en una situación en la que jóvenes acuden a un cabaret; tras la andanada de gritos y “piropos” viene una conversación con una de la *stripers*; después ya no se puede volver a la situación de antes...

“Alrededor de la pista estaban sentados solamente hombres, la mayoría jóvenes de unos 20 años en adelante... Mientras la chica bailaba, se acercaba a donde estaban sentados los hombres para bailarles encima de ellos y ha-

ciendo un movimiento que asemejaba una relación sexual... mientras los jóvenes festejaban y le gritaban o le decían a la mujer ‘piropos’ como: ‘mijita rica’, ‘mamacita, estás buena’... Las chicas que bailaban se nota que son de clase media-baja y baja, por su aspecto; a algunas se les nota por su forma de hablar... Nos pusimos luego a conversar con una de ellas... acerca de lo que hacía durante el día y nos dijo que se pasaba viendo televisión –novelas eran sus preferidas– salía a conversar con sus amigas y por la noche salía para el trabajo, o sea, el ‘cabaret’... Tenía 22 años, había terminado la secundaria, no era de aquí sino de Manabí... se inició por una amiga que se encontró en una discoteca, le dijo que pagaban bien, pero tenía que desnudarse. Al principio le costó mucho, pero luego se acostumbró. Dijo ‘aquí piensan los hombres que nosotras nos divertimos con esto’, pero que para ellas era un negocio, un lugar de trabajo no placentero, que lo hacía por dinero y nada más... tocó el momento en que tenía que presentarse y se despidió de nosotros y se fue. Nosotros nos fuimos a jugar billar en la parte de atrás; después de esa conversación no teníamos muchas ganas de seguir viendo el baile” (Observación de un etnógrafo, un lunes, en un ‘cabaret’ a donde asisten hombres de clase media y media-alta, ubicado en el centro de la ciudad. Octubre 26 de 1998).

2.2. Cómo ser delgada hasta morir en el intento

Michel Foucault (1985) comienza su texto “el nacimiento de la clínica” con una viñeta que da cuenta de los tratamientos que un médico, Pomme, realizaba a las mujeres histéricas en el siglo XVIII, que consistía en “baños de diez a doce horas por día, durante diez meses completos”. La descripción de los resultados es espeluznante: membranas y órganos internos que se deshacían y se desprendían del cuerpo de las mujeres. Esta referencia muestra los flagelos que el cuerpo femenino ha sufrido a manos de otros y de sí misma en aras de una causa donde están indistintos el deseo propio y el del otro. Sería importante entender qué está en juego en este dolor-goce que significa el esculpido del cuerpo al que cada vez más temprano se someten las mujeres y alrededor del cual se articulan una amplia gama de prácticas y consumos: gimnasios, afeites, medicinas, ropa/vitrineo.

Foucault ha contribuido a una comprensión muy rica del cuerpo como espacio de contienda de poder. Es importante señalar que él rechaza la idea de un poder ejercido centralmente; más bien piensa en éste como omnipresente justamente porque:

“se está produciendo a cada instante, en todos los puntos o más bien en toda relación de un punto con otro. El poder está en todas partes; no es que lo englobe todo, sino que viene de todas partes”. (Foucault, 1978, pág. 113).

Su método nos permite entender cómo aquello que en un momento dado son formas de dominación del cuerpo abren las puertas hacia prácticas liberadoras, las mismas que posteriormente son recicladas al servicio de nuevas formas de dominación del cuerpo. En ese sentido Foucault (1992) nos provee una comprensión de lo altamente dinámicas que son las relaciones de poder en relación al cuerpo.

“El dominio, la conciencia de su cuerpo no han podido ser adquiridos más que por el efecto de la ocupación del cuerpo por el poder: la gimnasia, los ejercicios, el desarrollo muscular, la desnudez, exaltación del cuerpo bello... todo está en la línea que conduce al deseo del propio cuerpo mediante un trabajo insistente, obstinado, metódico, que el poder ha ejercido sobre el cuerpo de los niños, de los soldados, sobre el cuerpo sano. Pero desde el momento que el poder ha producido este efecto, en la línea misma de sus conquistas, emerge inevitablemente la reivindicación del cuerpo contra el poder, la salud contra la economía, el placer contra las normas morales de la sexualidad, del matrimonio, del pudor. Y de golpe aquello que hacía al poder fuerte se convierte en aquello por lo que es atacado... La sublevación del cuerpo sexual es el contra-efecto de esa avanzada ¿Cómo responde el poder? Por medio de una explotación económica (y quizás ideológica) de la erotización, desde los productos de bronceado hasta las películas porno... En respuesta también a la sublevación de los cuerpos encontraréis una nueva inversión que no se presenta ya bajo la forma de control-represión, sino bajo la de control-estimulación: «¡Ponte desnudo... pero sé delgado, hermoso, bronceado!»”. (pags. 104-105).

Desde esta visión que nos ofrece Foucault, podemos entender cómo el paulatino proceso de cambio que se produjo en los imaginarios sociales sobre el cuerpo –desde un cuerpo que se debe ocultar con recato, inclusive en la intimidad marital, hasta el cuerpo contemporáneo que se exhibe abiertamente– al mismo tiempo que significó un cierto tipo de libertad, supuso nuevas formas de domesticación del cuerpo.

La idea del cuerpo delgado, bello, joven, exige una serie de rutinas que más comúnmente hacen parte de la vida de las mujeres. Más allá

del significado más profundo de dichas prácticas, lo cierto es que también son espacios de socialidad muy particulares de las mujeres, en el que el cuerpo es hablado constantemente, como algo que está por fuera de ellas, como los acusados que están siendo juzgados, como si no fuera de ellas mismas de quienes hablan.

Los registros que logramos, nos muestran que las jóvenes de estratos medios y altos, viven con verdadera obsesión la idea de mantenerse delgadas, aún a costa de su salud.

“Comento con una de las chicas: ‘Usted cada vez está más delgada, ya mismo desaparece’. ‘Bueno fuera miss, ojalá desapareciera’, ‘pero si allí está bien’ le respondo. ‘No miss, no es suficiente, estoy que vivo a dieta pero nada, a veces me salen peor las cosas. Ayer de noche por no comerme un sánduche, terminé comiendo galletas, leche condensada y arroz con queso’ ” (Observación en colegio de jóvenes de clase media-alta, noviembre 16, 1998).

Al respecto, una joven de estrato medio-bajo más bien expresaba un valor diferente, sobre esto:

“Hay chicas que por tener su cuerpo lindo se convierten en anoréxicas. El cuerpo de una mujer debe ser admirado, cada parte en su puesto... pero de ahí a estar demasiado delgada, de ahí a que sea solo pellejito y hueso nada más, no luce más que su cara, porque si usted tiene la cara bonita, chévere, porque ya el cuerpo es lo de menos”. (Entrevista a chica de 15 años de NSE medio-bajo, mayo 22, 1999).

Sin embargo, esta misma chica asume que la gordura tampoco está bien:

“La razón por la que más yo bailo –que a veces me muevo demasiado, a pesar de que soy gordita– es por que quisiera bajar de peso...” (Entrevista a chica de 15 años de NSE medio-bajo, mayo 22, 1999).

Las “dietas”, son consideradas, prácticas eminentemente femeninas:

“Si un hombre te dice ‘estoy a dieta’, tú le preguntas: ‘¿qué te pasa?’... Alguna mujer que no haga dieta, es rarísimo. Si vas a comer con una mujer y les preguntas si quieres esto o lo otro, lo primero que te dicen es ‘no porque estoy a dieta’ ” (Opinión de un etnógrafo de clase media-alta en una entrevista grupal, octubre 14, 1998).

Una práctica que detona este hablar sobre ese “acusado” llamado cuerpo, es la de comprar ropa o sólo “vitrinear”, es decir, mirar, probarse y no comprar nada. Hacerlo entre amigas, supone poner en palabras, en evidencia esta comparación constante que se da entre las mujeres. Es el momento para dar y recibir halagos o consuelo.

“Avanzamos a la tienda de Bohno... Hay unas blusas sin mangas. ‘Mira esta blusa es como para ti’ le dice A. V. dice: ‘No me voy a poner nunca más ropa sin mangas’ ‘Pero mírala a la idiota ésta –me dice A.– ‘porque uno de esos tontos amigos del hermano le dice que tiene un brazo gordo, ella ya dice que nunca más va a usar ropa sin mangas’. A. continúa: ‘Una vez que vine acá con G. a acompañarla a comprar un jean, se demoró horas... que si le apretaba, que si no le apretaba, que si estaba flojo, que si le armaba bien... hasta que al fin se lo compró’ ”.

“Continuamos con nuestro recorrido...Pasamos frente a un lugar donde sólo venden vestidos muy cortos y apretados. ‘Estamos fregadas sinceramente –digo yo– toda la ropa es pensada para gente delgada’ –¡Ay M! –dice A.– eso es mentira’ ‘¿Cómo que es mentira? –digo yo– todos los vestidos son cortos y apretados, los jeans son apretados y a la cadera, casi todas las malditas camisetas son pegadas o enseñan el ombligo y las camisetas de manga larga también son pegadas... o eres flaca o es jodido encontrar ropa’...” (Observación en un centro comercial entre amigas de clase media-alta, enero 16, 1999).

En contraste con la experiencia femenina, de lo poco que logramos recabar sobre la masculina, aparece una incongruencia entre lo que un etnógrafo dice ser las prácticas e intereses de los jóvenes y la mirada de las chicas hacia los cuerpos masculinos:

“En los chicos es muy importante el gimnasio, sobre todo en época de colegio y prefieren los gimnasios públicos y no hacer sólo ejercicios en su casa. Cuando estaba en el colegio e iba al gimnasio, me encontraba allí a mis amigos y me topaba con chicos más grandes de 20 años. Los hombres van más a hacer pesas y las chicas van más por los aeróbicos” (Opinión de un etnógrafo de clase media-alta en una entrevista grupal, octubre 14, 1998).

“En sus ojos... me fijo mucho en los ojos... yo no me fijo mucho en si es gordo, en si es flaco” (chica de NSE medio-alto de 21 años).

“No me gustan los modelos [los hombres], los hombres que están trabajando allí en la Feria no me gustan para nada, son feos de cara y de cuerpo, son

demasiado voluminosos, no son seres normales, son demasiado extravagantes, su cuerpo es muy voluminoso, es demasiado músculo...” (Entrevista a chica de 15 años de NSE medio-bajo, mayo 22, 1999).

Tal vez este posible interés en los adolescentes por esculpir el cuerpo sea explicable desde tres hipótesis que no necesariamente son excluyentes: (1) ¿Será que los grupos más jóvenes de hombres están siendo captados por el frenesí del “esculpido del cuerpo” aunque esto esté llegando más tardíamente que en las mujeres? (2) ¿Será que su falta de suficiente experiencia con las mujeres no les ha permitido conocer adecuadamente que a ellas, aunque sí les importe la apariencia física, les importan más otras cosas, como su manera de ser, o lo que él significa socialmente por su origen o su dinero? (3) O ¿será que este “moldear” el cuerpo se relaciona, tal vez, con la idea de perfilar el cuerpo masculino y en ese proceso rivalizar con otros chicos sobre su estado físico? En todo caso, se requiere explorar con mayor profundidad las diferentes dimensiones que hacen parte del desarrollo del sentido de masculinidad.

2.3. Ser hombre, ser mujer

En el estudio se evidenció que entre los jóvenes de nuestra ciudad existe una marcada codificación de los comportamientos para cada sexo. Sorprendentemente, eso aparece mayormente demarcado para el caso de los hombres, en términos de lo que es considerado ser un hombre “sin lugar a dudas” y ser un hombre “que deja muchas dudas” en el plano de las identidades sexuales. Hay una lista infinita de indicios, que a manera de “*check list*”, permiten evaluar constantemente a quienes les rodean. Si bien esto es un comportamiento normal en todas las personas, en el caso de los jóvenes observados, había una necesidad constante de hablarlo, discutirlo, hacer bromas al respecto. Las narrativas que ofrecen los medios contribuyen a la puesta en circulación de imaginarios al respecto:

“... digo que a mí me han contado que la persona de la que hablamos nunca salía a jugar fútbol con los otros chicos y que es típico que acusen de amanerados u homosexuales a los chicos que no juegan fútbol... Se sabe que ahora es un ejecutivo muy eficiente y de gran éxito. Una de las chicas dice que es típico que en esta ciudad muchos de los homosexuales se caracterizan por ser profesionales muy meticulosos y dedicados en sus trabajos. En

ese momento algunos recuerdan la película Philadelphia... Uno de los presentes recuerda a un compañero de Universidad de quien sospechaban que era 'del otro equipo' por su 'vanidad exagerada', porque leía artículos de belleza femenina y porque uno de sus discos preferidos era uno de Thalía. Dos de los chicos y una de las chicas dicen que se morirían si sus hijos varones escucharan música de Thalía, Mercurio, Menudo, etc. Otro chico dice que si tú abres el estuche de discos de un hombre y encuentras 'El reencuentro ahí, definitivamente, hay problemas' ” (Observación en reunión de jóvenes de 20 a 25 años de clase media-alta y alta, agosto, 1998).

También existe una clara demarcación en las valoraciones respecto a lo que es ser una mujer bien portada y lo que significa cuidarse de mantener una buena imagen:

“A veces sí digo malas palabras, pero evito hacerlo. Las gomeras y las pandilleras son las que usan malas palabras y por eso es un desprestigio decir las. También decimos malas palabras, pero no son 'las palabrotas', las peores palabras son las que aflojan las gomeras o pandilleras. Las chicas se cuidan de ser confundidas con ellas” (Etnógrafa de NSE bajo).

Los jóvenes siguen reproduciendo valoraciones que hacen difícil el cambio en los comportamientos y roles públicos asignados para ambos sexos:

“No creo que piensen mal de una chica que ha tenido un enamorado por mucho tiempo y se ha acostado con ese enamorado, pero sí creo que piensan mal de las que han tenido muchos enamorados o tienen relaciones fácilmente con los chicos... También odio esa sensación de ir a divertirme entre mujeres, no es que lo vea mal, pero si vas a una discoteca con mujeres, si estás sola parada, para los hombres es como si estuvieses esperando a ver quién se te acerca, como si estuvieses buscando programa” (Entrevista a etnógrafa de NSE alto, diciembre 12 de 1998).

Hay visiones prejuiciadas y rígidas en ambos sexos en relación al otro. A las mujeres se las percibe vacías y materialistas y ellas están conscientes de esa percepción:

“Ahora le preguntaba a una amiga: si Álvaro Noboa te pide matrimonio... ¿tú te casarías con él? y ella me dijo: claro. La gran mayoría espera encontrar en el hombre el 'respaldo económico'. Son vacías. En cambio cuando encuentro chicas de mi onda, son bichos demasiado raros y no sé cómo comportarme” (Entrevista a integrante de una banda de rock, octubre 30 de 1998).

“A las mujeres, y creo que esto sucede en todos los niveles, les inculcan la idea de que el hombre debe darle seguridad y que su comodidad va a depender del hombre. Las mujeres tienden a buscar ese lado estable, pero creo que los hombres también tienden a usar ese pensamiento (las mujeres son brutas, las mujeres sólo piensan en el dinero, de las mujeres hay que cuidarse porque en cualquier momento te meten la puñalada) como una excusa. A veces los hombres también piensan que las mujeres somos muy superficiales, como lo que dicen esos rockeros que menciona. Es un juicio que viene mucho por la música: ‘ésa es música de peladas’, como si el gusto de las peladas fuera tonto y el de ellos más inteligente. En cambio en mi grupo de amigas, comentamos también la ‘estupidez’ de los hombres” (Entrevista a etnógrafa de NSE alto, diciembre 12 de 1998).

Todo lo visto en este capítulo nos habla de cómo visiones tradicionales de los roles de ser hombre y mujer se inscriben en las particulares sensibilidades, formas de socialidad y saberes de los jóvenes. Los cambios que hemos señalado en otros capítulos sobre estas tres dimensiones, no necesariamente traen transformaciones en cómo se asume la diferencia de género.

BIBLIOGRAFÍA

APPADURAI, Arjun

1996 *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press, Minneapolis.

BROWN, Mary Ellen and Linda Barwick

1987 “Fables and endless genealogies: soap opera and women’s culture”. *Cotinum: The Australian Journal of Media & Culture*, Vol 1 N° 2, 1987: 1-9.

BROWN, Mary Ellen

1994 *Soap Operas and women’s talk*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.

BUTLER, Judith

1990 *Gender trouble: feminism and the subversion of identity*, Routledge, New York.

CERTEAU, Michel de

- 1996 *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana/ ITESO/ CFEMCA, México.

EAGLETON, Terry

- 1997 *Ideología*, Ed. Paidós, Barcelona.

FOUCAULT, Michel

- 1985 *El nacimiento de la clínica. Una arqueología de la mirada médica*. 10^o ed. Siglo XXI Editores, Madrid.
1978 *Historia de la sexualidad*. "1. La voluntad de saber". 1^o ed. Siglo XXI Editores, Madrid.
1992 *Microfísica del poder*, 3^o ed. Las ediciones de La Piqueta, Madrid, 1992.

GARCÍA Canclini, Néstor

- 1994 "Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina", en H. Herlinghaus y M. Walter (eds.), *Posmodernidad en la periferia: Enfoques latinoamericanos de la nueva teoría cultural*, Ed. Langer Verlag, Berlin.

GIROUX, Henry A.

- 1994 "Doing Cultural Studies: Youth and the Challenge of Pedagogy". *Harvard Educational Review*, Vol. 64 N^o 3, fall 1994: 1-25.

GONZÁLEZ Requena, Jesús

- 1992 *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Editorial Cátedra, colección Signo e Imagen, Madrid.

GRANDI, Roberto

- 1995 *Texto y contexto de los medios de comunicación*, Ed. Bosch, Barcelona.

HERRERA, Gioconda

- 1997 "Los enfoques de género: entre la gettoización y la ruptura epistemológica", en *Ecuador Debate*, N^o 40, abril, 1997: pp. 187-209.

HESMONDHALGH, David

- 1998 "Repensar la música popular después del rock y el soul", en J. Curran, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación*, Ed. Paidós, Barcelona.

- LAMAS, Marta
 “Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género”, *Revista Electrónica La Ventana, Estudios de Género*, Vol 1, N° 1: 1-20.
- LÓPEZ-PUMAREJO, Tomás
 1987 *Aproximación a la telenovela*, Ed. Cátedra, colección Signo e Imagen, Madrid.
- MAFFESOLI, Michel
 1990 *El tiempo de las tribus*, Ed. Icaria, Barcelona.
- MANRIQUE María Isabel; Vallejo Ana Luisa y Zerega, María Mercedes
 1998 *¿Jóvenes desencantados? Encantados con la música...* Trabajo final del Proyecto para la obtención del título de Comunicador Social, Escuela de Comunicación Mónica Herrera, Guayaquil.
- MARTÍN Barbero, Jesús y Muñoz Sonia
 1992 *Televisión y melodrama*, Ed. Tercer Mundo, Bogotá.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús
 1987 *De los medios a las mediaciones. Comunicación. cultura y hegemonía*, Ed. Gustavo Gili, México.
- McNAY, Lois
 1992 *Foucault and feminism. Power, gender and the self*. Northeastern University Press, Boston.
- McROBBIE, Angela
 1993 “Shut down and dance: youth culture and changing modes of femininity”. *Young* Vol. 1 N° 2, 1993: 1-20.
- MUÑOZ, Germán
 1998 “Consumos culturales y nuevas sensibilidades”, en H.J. Cubides, M.C. Laverde Toscano y C.E. Valderrama (Eds.), *Viviendo a todas*. Fundación Universidad Central y Siglo del Hombre Ediciones, Bogotá.
- REGUILLO, Rossana
 1996 “El año dos mil. Ética, política y estéticas: Imaginarios, adscripciones y prácticas juveniles”, en *Seminario Internacional ¿Qué sabemos de los jóvenes? Estado del arte de la investigación sobre juventud*, Bogotá, 4, 5 y 6 de Septiembre.

- 1999 “Poderes sedentarios, narrativas itinerantes. Notas sobre políticas de identidad”. *Revista Nómadas*, N° 10, abril, 1999: 228-238.

RUBIN, Gayle

- 1975 “The traffic in women: notes on the political economy of sex”. En R. Reiter (ed.), *Toward an Anthropology of Women*. Monthly Review Press, New York.

SCOTT Sørensen, Ann

- 1993 “Communication communities and consumer creativity: Recent trends in cultural youth studies and research”. *Young* Vol. 1 N° 3, 1993: 1-5.

SEMINARIO INTERNACIONAL *¿Qué sabemos de los jóvenes? Estado del arte de la investigación sobre juventud*. Bogotá, 4, 5 y 6 de Septiembre de 1996.

VERÓN, Eliseo y Escudero Chauvel, Lucrecia (comps.).

- 1997 *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales*, Editorial Gedisa, Barcelona.

APERTURAS

1. PROYECCIONES PARA LA INVESTIGACIÓN FUTURA

La novedad radical de la temática no debía ser enfocada reductivamente, ni desaprovechada al interpretarla con los paradigmas obsoletos del positivismo.

Primero había que explorarla y presentarla a la comunidad académica, social e institucional en su amplia magnitud, lo que impidió focalizar un aspecto altamente relevante al interior de las culturas juveniles urbanas. ¿Cómo saber esas relevancias especiales si no conocíamos el territorio a explorar y para ello debíamos diseñar nuevos mapas cognitivos?

Luego de un año de exploración metódicamente guiada y después de elaborar un marco teórico adecuado estamos en condiciones de señalar algunas zonas de alta significación en las culturas y en las subjetividades juveniles de la ciudad de Guayaquil. Un primer mapeo conceptual del escurridizo territorio fenoménico pudo identificar los grandes e importantes “núcleos significativos” o temáticas específicas de la culturalidad y de la socialidad juvenil guayaquileña. Estos núcleos temáticos contienen aspectos de alta relevancia investigativa para la prosecución de los intereses políticos culturales del PMT, lo que abre a nuevas interrogaciones y problemáticas epistemológicas, metodológicas y pragmáticas.

Partiendo, entonces, de estas consideraciones proponemos las siguientes proyecciones en el terreno de la investigación para el futuro inmediato o mediato:

□ **Las raíces antropológicas de la violencia urbana juvenil**

Esta investigación debe recoger lo planteado por *Culturas Juveniles* en Guayaquil en el sentido de mantener el enfoque culturoológico de

la socialidad y de los mundos de sentido que generan las comunidades emocionales a partir de los consumos, pero explorando los sub-mundos y los microescenarios donde operan las pandillas urbanas y las naciones. Explorar el tejido social que amalgama la violencia física y simbólica con los rituales de iniciación grupal, como con los mitos que atraen la imaginación de los jóvenes populares de la ciudad. Descubrir cuáles son las raíces antropológicas, comunicacionales y culturales (no las causas lineales) significa preguntarse por las correspondencias entre un sistema social que padece una terrible crisis económica, las industrias culturales y los medios de comunicación masiva.

El tema de la violencia no se reduce a un tratamiento pedagógico, ni terapéutico, peor criminalista. Exige sobre todo un tratamiento socio-cultural que identifique las formas de lucha y de poder que se tejen por fuera de los partidos políticos y las instituciones civiles. Reconocer que las calles se han vuelto los espacios de un intercambio no mediado entre pobreza material y educacional. Que la vivencia de la violencia urbana juvenil es producto de un divorcio consumado entre la sociedad y su limitada oferta de posibilidades de crecimiento económico y de realización personal y una condición existencial de no futuro, abstraída del consumo efectivo de mercancías y de objetos deseados pero lejanos.

Uno de los objetivos básicos de esta investigación es contrarrestar y relativizar la mirada criminalista que la sociedad y las instituciones tienen del problema. Para lograrlo debe hacer visible el mundo de las relaciones sociales de los jóvenes involucrados en la violencia, sus desgarraduras psíquicas y el sopor compensativo que tienen las drogas en él. Con ello queremos buscar alternativas a las acciones represivas en todos los niveles –policíaco, psiquiátrico, moral– de la convivencia social. Otro objetivo, que parte del primero, es el del tratamiento de la violencia urbana a partir de dos grandes conceptos operativos, la subjetividad y la construcción comunicativa (simbólicas) de las diferencias, dos dimensiones que permiten el trabajo de la agresividad y la exclusión social por motivos raciales, sociales y culturales.

❑ **El consumo televisivo en la construcción de las identidades y de los grupos**

La investigación inicial sobre *Culturas Juveniles* señala lo determinante que es para los jóvenes la pregunta y la constitución de sus iden-

tidades, las mismas que se construyen en complejos procesos identificatorios con los ídolos de moda. El consumo televisivo va creando un imaginario colectivo que valoriza el culto al cuerpo, a la imagen en tanto apariencia narcisista y el éxito como único horizonte de sentido. Muchos de los problemas de sociabilidad, exclusión y/o inclusión del otro, están mediados por los imaginarios televisivos como por los objetos de las industrias culturales que se publicitan por la televisión. La devaluación de la memoria, la disolución de los referentes históricos y la liquidación de la densidad de los tiempos de largo aliento se ejecuta sobre la vivencia efímera del presente, situación de la cual es responsable toda una cultura visual capaz de descentrar la experiencia del espacio y del tiempo de las narrativas reflexivas. Obviamente que no se trata de satanizar la televisión, esta postura está superada por los estudios culturales, pero no por ello se puede dejar pasar por alto lo que la televisión y el televidente tienen de complicidad en el mantenimiento de ciertos *clisés* que los mismos jóvenes representan y desde los cuales ellos mismos son víctimas. Esta investigación no puede pasar por alto las teorías de la recepción activa que no sólo ilustran los mecanismos de asimilación de los mensajes y de las imágenes sino que también permiten pensar las modalidades de resistencias y distanciamientos a los mensajes formateados por el cálculo y el interés de los productores.

❑ **La construcción cultural de los géneros: la masculinidad, la femineidad y los estereotipos publicitarios**

La investigación *Culturas Juveniles* hace visible el mantenimiento, la crisis y la negación de ciertos “valores” sobre la masculinidad y la femineidad entre los jóvenes guayaquileños. Fenómenos como el revoleo, la homosexualidad, la discriminación sexual, los nuevos roles masculinos, la emancipación de la mujer, la crisis entre las parejas y el matrimonio, son algunos de los tópicos que se abren a la reflexión y a la investigación para entender, por un lado, la alta erotización del espacio público (sobre todo promovido y construido desde la publicidad y los medios) y, por otro, la crisis de los roles adscritos a los movimientos de emancipación femenina, que en parte explican la rigidez que vuelve torpe y reductiva las relaciones entre los géneros en contextos de globalización y relativización de los valores.

□ Los jóvenes y los nuevos medios

Hoy las formas de juntarse y de hacer amigos no se limitan a los viejos escenarios, como la calle, los barrios, las plazas y los colegios. La Internet y sus componentes telemáticos (*el chat*, la vídeo conferencia, *el mail*, etc.) son los grandes mediadores comunicativos entre los jóvenes, a tal punto que se están generando nuevos tipos antropológicos inexistentes hace 10 años como inéditas formas de socialización virtual. El *hacker*, el cibernauta, el diseñador de páginas *Web*, son prácticas y profesiones que están dibujando los intereses juveniles del presente y del futuro. En el plano de la socialidad ¿Serán las relaciones virtuales un sucedáneo de la convivencia venida a menos en estos tiempos? ¿Será que en la medida en que la ciudad y la calle expulsan por la violencia y los miedos que produce, la computadora incluye y seduce al joven, recluyéndolo en la soledad de un ambiente informatizado pero tranquilo? ¿Explica la computación interactiva la crisis de la educación formal? Estas son algunas de las preguntas que saltan al tapete desde nuestra investigación. Al mismo tiempo sabemos que muchos jóvenes de hoy expresan sus sensibilidades a partir del uso y consumo audiovisual. El vídeo se ha vuelto la herramienta indispensable en el registro de la realidad y el principal recurso para socializar saberes, intereses, sensibilidades, estéticas. Esta comprensión ayudaría mucho en los diseños de nuevas políticas comunicativas para la circulación de las identidades y la construcción de ciudadanías culturales.

1.1. Otros temas de investigación

Temas que quedaron inexplorados pero que están estrechamente vinculados a las *Culturas Juveniles*:

□ La vigencia del Padre (la ley) en la estructuración de lo social y la supuesta ruptura generacional con él y su orden

Aquí se señala un problema de fondo que afecta a toda la modernidad de fin de siglo. ¿Está vigente aún la ley simbólica del padre que organiza los planos de la autoridad, la tradición, lo permitido y lo prohibido, o se ha disuelto, estallado, trayendo como consecuencia la pér-

dida del sentido y el desdibujamiento del horizonte normativo que él instituía? Los cambios generacionales se han dado desde cierta ruptura y distancia con la ley anterior, ya sea por la caducidad de su significación tradicional o por traumas debidos a la violencia represiva que instituían. La distancia con la “ley del padre” ha logrado cristalizar autonomías culturales andróginas como una clara separación generacional donde las tribus urbanas son ejemplo acabado de ello. También ha dado paso a un nuevo discurso, a otras ideologías o universos de sentido sobre la autoridad. ¿Se da esta situación rupurista en Guayaquil? ¿Por qué en la ciudad no hay tribus urbanas en el sentido fuerte del término? ¿Por qué los discursos no se consolidan y más bien se disuelven en la moda del momento? ¿No será que los jóvenes siguen patrones parentales en lo fundamental de sus existencias, aunque ellos se presenten con una envoltura formal de cambio y renovación? ¿Esto explicaría el conservadurismo mental de muchos jóvenes de la clase media y alta, lo cual colinda con los prejuicios sociales y los dispositivos discriminadores de la sociedad adulta? ¿Será que la crisis del padre se revela en la violencia familiar que sufren muchos jóvenes de los sectores populares, o en la inconsistencia del seno familiar?

□ **El lenguaje y el déficit simbólico en la construcción de la realidad**

Un estudio socio-lingüístico y narratológico de las jergas y del lenguaje ordinario de las *Culturas Juveniles* de Guayaquil. Una aproximación conceptual para entender cómo se construyen los imaginarios relacionales entre los sectores sociales desde el uso, el reconocimiento y la apropiación de las formas y expresiones lingüísticas. La investigación deberá estudiar los relatos, las narraciones, las leyendas que urden los jóvenes para crear sus mitologías urbanas, sus rituales de iniciación grupal, o de simple distinción cultural ¿La pobreza lingüística y el déficit simbólico que muestran muchos jóvenes populares son síntomas de un paulatino pero regular proceso de vaciamiento que logran las adscripciones a la cultura audiovisual o son causadas por deficiencias educacionales?

❑ **Los deportes, el cuerpo vital y la relación con la masculinidad**

El estudio explora la hegemonía del fútbol entre los jóvenes y cómo a partir de él se forjan los estereotipos masculinos. La relación de los deportes y el cuerpo vital. Un cuerpo excesivo, pulsional, que se expresa a través de las estéticas deportivas y que agrupa a los jóvenes desde formas de organización no convencional, no jerárquicas, como se da en el caso de los patinadores, los surfistas, hasta las altamente institucionalizadas en los equipos deportivos de alta competencia.

❑ **El Arte en las *Culturas Juveniles***

¿Qué es arte para los jóvenes? ¿Cuáles son sus expresiones estéticas preferidas? ¿Cómo se vincula el arte y las *Culturas Juveniles*? ¿Es el arte un espacio de construcción de la subjetividad? ¿Pueden las instituciones incluir su práctica para lograr nuevas formas de participación en lo social y lo comunitario?

❑ **Las Formas de Religiosidad Juvenil**

¿Qué es la religión para los jóvenes de hoy? ¿Qué lugar real ocupa en sus vidas? ¿Hay una religión oficial entre los jóvenes capaz de orientar su vida? ¿Hay conflicto entre fe y culpa en las nuevas relaciones sociales juveniles? ¿Está vigente una iglesia electrónica que gana adeptos en la población juvenil, y los aleja de la iglesia Católica? ¿Hay un “*New Age*” entre los jóvenes de Guayaquil, es decir una religiosidad alternativa que mezcla mercado y creencias? ¿Cuáles son las nuevas creencias luego de “la muerte de dios”? El consumo de la astrología, el chamanismo, el budismo de libros, el yoga, el tarot, etc., ¿no son nichos expresivos de la falta de un referente trascendental entre los jóvenes? En definitiva la investigación busca responder a la pregunta ¿cómo construyen la trascendencia los jóvenes de hoy, o viven un nihilismo existencial maquillado o negado?

2. RECOMENDACIONES PARA UNA METODOLOGÍA DE LA PRÁCTICA INSTITUCIONAL CON JÓVENES

La investigación no se impuso la tarea de realizar un plan de acción para trabajar con jóvenes. Sería un insumo para la reflexión y pa-

ra el planteamiento de posibles políticas institucionales como para la práctica profesional. En este sentido, queremos señalar algunos puntos que quieren orientar las preguntas por el hacer, no tanto por el cómo, lo que exigirá un trabajo posterior, sostenido, de formación con los involucrados, ya sea en talleres como en seminarios y prácticas de campo.

A continuación las sugerencias y recomendaciones para la institución que se proyectan desde la investigación son:

- ❑ Hacer de la investigación *Culturas Juveniles en Guayaquil* una estrategia para interactuar con toda la sociedad. Estimular la producción y circulación de saberes a partir del debate público, de seminarios y de conferencias que tengan “a lo joven” como centro de la discusión.
- ❑ Promover el diálogo y la acción inter-institucional a partir de las *comprensiones logradas sobre los jóvenes*, lo que a su vez implica poner en común a las instituciones del Estado y las de la Sociedad Civil desde el reconocimiento de que sin la participación juvenil no hay políticas transformadoras.
- ❑ Constituir equipos de investigadores jóvenes que produzcan nuevos saberes sobre ellos mismos a partir de sus lógicas, éticas y estéticas y que sirvan al levantamiento de proyectos que interesen a sus propias comunidades o agrupaciones.
- ❑ Abrir escenarios de gestión participativa desde una convocatoria transclasista, interétnica y multicultural, aprovechando las atmósferas culturales que marcan los intereses de los jóvenes más allá de las fronteras socioeconómicas. Las atmósferas culturales son grandes paraguas de interés juvenil, de sensibilidades comunes, que van más allá de las mezquindades grupales. Esto puede lograrse involucrando a líderes de distintas comunidades de sentido en la exposición de sus prácticas y de sus habilidades.
- ❑ Elaborar una política de pequeños grupos a partir de los consumos culturales, incentivando el cruce de intereses y de prácticas que permitan la acción comunicativa y la configuración de una red de trabajo donde se crearán otros espacios para la libre expresión y la reflexividad creativa.

- ❑ Abrir un espacio de trabajo con la palabra del joven que está en problemas subjetivos. Un espacio de trabajo con el síntoma. Esto exigirá la contratación de profesionales calificados que sepan dar lugar a la palabra del joven, que no lo aleccione, ni lo medicalice, sino que lo escuche, lo oriente según su propio deseo y no el deseo del adulto o la institución. Se trata de atender “la nocturnidad” del psiquismo en contextos de socialización institucional y no de curar patologías psicológicas. Para ello el psicoanálisis es la mejor técnica. No es casual que los principales estudios mundiales de las *Culturas Juveniles* asumen el psicoanálisis a la hora de dar cuenta de la subjetividad y de la otra cara del fenómeno festivo de la juventud; las depresiones, las manías, la agresividad gratuita. Será entonces pertinente acogerse a él, no sólo para la comprensión conceptual del síntoma sino para su tratamiento institucional.
- ❑ No hay imaginación sin recursos simbólicos. Los jóvenes son y serán creativos mientras tengan las puertas abiertas al conocimiento, a la búsqueda de saberes que no se reduzcan a la mera información. De ésta hay mucha, demasiado. Lo que falta es saber trabajar con ella y esto puede lograrse a partir de la creación de laboratorios lúdicos que apuntalen incentivos intelectuales, es decir, que permitan trabajar en la solución a un problema propio o de la ciudad desde la investigación empírica y bibliográfica, tratándolo con recursos estéticos, teatrales, con piezas audiovisuales, o comunicacionales. Jugar con el saber es otra forma de crear identidades móviles pero abiertas, tolerantes e inquisidoras. Hacer vídeo-investigación es una posibilidad de capturar intereses y de hacer converger a distintos actores sociales juveniles.

DE MALESTARES EN LA CULTURA, ADICCIONES Y JÓVENES

Mauro Cerbino

A PROPÓSITO DE JÓVENES

El presente trabajo tiene el objetivo de ilustrar de forma tentativa algunas cuestiones relacionadas con el tema de la cultura en estos tiempos. Sobre todo, tratará de lanzar algunas inquietudes y ciertas hipótesis que por un lado han salido de una experiencia investigativa realizada en Guayaquil sobre las culturas juveniles de esa ciudad y, por el otro, son fruto de unos años de reflexión teórica y académica en el ejercicio de algunas cátedras en centros académicos de Guayaquil y Quito, así como al interior del grupo de: “Estudios de la cultura y psicoanálisis” de Guayaquil. La investigación nos fue encargada por el PMT (Programa del Muchacho Trabajador) que se encontraba en la necesidad de tener algunas comprensiones más a fondo de los jóvenes con los cuales mantiene relación de trabajo. La pregunta inicial fue: ¿Qué sabemos de los jóvenes? ¿Cuál es el estado del arte de los saberes sobre jóvenes? Para contestar a esta pregunta realizamos un diagnóstico preliminar para detectar lo que estaba en circulación.

En síntesis pudimos comprobar lo siguiente:

1. Que los saberes en torno a los jóvenes están sesgados por visiones adultas que tienden a definir al joven fundamentalmente en dos sentidos: o como potencial delincuente a través de una actitud que llamamos estigmatizante, o como el futuro de la patria a través de una actitud idealizante.
2. La visibilidad misma de los jóvenes y su presencia en el escenario público también está enmarcada en estas dos dimensiones. De ello dan un testimonio directo los medios de comunicación de masas

cuando muestran al joven en ocasión de asesinatos o en acciones violentas de pandillas, ambos concebidos desde una visión criminalista de la violencia, como un fenómeno exclusivamente de orden público. O, por el otro lado, cuando muestran al joven al comienzo de cada año lectivo besando la bandera, proyectándolo como el cimiento más importante de la construcción de la nación.

3. Estos saberes circulantes en la sociedad determinan que las acciones con los jóvenes se traduzcan en prácticas correctivas desde enfoques y perspectivas de tipo psicologistas y conductistas, que en pocas palabras apuntan a decir: el joven es un desviado de las normas del buen convivir, es un sujeto inestable, precario y, como tal, tiene que ser curado y reconducido a la recta vía para que pueda insertarse al mundo adulto. Mientras más rápido se hace esto, mejor para él y para la sociedad en su conjunto. (Se trata de la visión que toma a la letra aquello de que los jóvenes como adolescentes “adolecen” siempre de algo. Una especie de cultura del problema que no se pregunta por el sentido de la vida de los jóvenes sino que los asume de entrada como seres estructuralmente problemáticos).

La investigación sobre culturas juveniles en Guayaquil partió de un enfoque conceptual distinto y formulando la hipótesis fuerte de que si no se investiga la dimensión cultural en la cual se desenvuelven los jóvenes cotidianamente, la comprensión que se puede tener de ellos será siempre sesgada, parcializada y prejuiciada.

LA DIMENSIÓN CULTURAL: LO SIMBÓLICO Y LO IMAGINARIO

¿Qué se entiende por dimensión cultural?

Hay que aclarar que preferimos hablar de “lo cultural”, esto es como adjetivo, para evitar las tentaciones de sustantivizar la noción de cultura, es decir pensarla como una sustancia, un estado, como algo que se tiene o que se puede no tener (no es infrecuente escuchar aún, en estos tiempos, que alguien use la oposición culto-inculto en la que el segundo término se refiere precisamente a un no tener cultura). Y tampoco cultura como condición, al menos no en el sentido con el que usamos por ejemplo la expresión “condición socioeconómica”. Para nosotros lo cultural es un dispositivo imaginario-simbólico que permi-

te la inserción del sujeto en el mundo de la vida. La idea de dispositivo tiene relación con la acción, con el accionar, que es lo que cumple el sujeto en y con la dimensión cultural de la vida cotidiana. Por esto lo cultural no puede ser pensado como algo estático o como una competencia que se adquiere de forma acumulativa. Sin embargo, ésto es lo que se cree cuando se dice que mientras más libros se leen más se es culto. Una creencia que lleva a afirmar, por ejemplo, que los jóvenes de hoy son incultos porque no leen y que por esto tienen problemas.

Lo cultural entonces, es entendido como dispositivo. Imaginario y simbólico hemos dicho. Pero, ¿qué se entiende con estos dos términos? La aclaración es necesaria en tanto que toda mi reflexión gira alrededor de una hipótesis sobre el estado de la cultura, en estos tiempos, que tiene que ver precisamente con la dinámica imaginario-simbólica.

Empecemos por lo simbólico. Muy sintéticamente significa producción de discursos, de textos en el sentido de estructuras narrativas abiertas. El carácter abierto de los textos significa que son interpretables. Lo simbólico es siempre interpretable, siempre “generador” de sentido. Lo simbólico se expresa sobretodo –en y con– el mundo de la palabra. No en un ámbito exclusivamente denotativo, es decir al nivel de diccionario, sino con las *formas del discurso*, que puede ser ideológico o mitopoyético (de la producción de mitos), o también en el *hacer-decir* de los ritos o del arte. Para todos ellos más que de significado (de nivel denotativo) se habla de sentido (de lo interpretable).

Es necesario recalcar aquí que el sentido no está inscrito o instalado en las cosas: en una oración o en una obra de arte por ejemplo (como de alguna manera se puede decir del significado). El sentido se genera a partir del proceso de producción de significación operado por un intérprete.

Del otro lado tenemos lo imaginario que es “la representación de estrategias de identificación, introyección y proyección que movilizan la imagen del cuerpo, las del yo y del otro”, (Kristeva, Julia 1993). Según Edgar Morin, lo imaginario sería “la coincidencia de la imagen con la imaginación”. Coincidencia significa que solo a partir del papel jugado por la imaginación, por su función, se puede constituir, elaborar y ordenar (es decir representar) una imagen. En la misma línea define imaginario el filósofo Cornelius Castoriadis. Para él lo imaginario (habla de imaginario instituyente) es creación. Afirma: “es porque hay imaginación radical e imaginario instituyente que hay para nosotros ‘reali-

dad' y tal realidad". Llama imaginación radical la que crea formas, en el sentido de *dar forma*, de *in-formar* y que permite así que se constituya una imagen. La cual, dice Castoriadis, nunca es atómica, es decir perceptible de forma aislada, sino siempre "puesta en relación" con otras imágenes. Dicho en otras palabras, la imaginación, al menos en el sentido del filósofo grecofrancés, es el "poder de organización" de las imágenes.

A este punto es necesario formular otra pregunta fundamental. ¿Cuándo se activa el dispositivo imaginario simbólico de la cultura?

La pregunta tiene sentido en tanto que hemos hablado de dinámica (y no de estática) de lo cultural. La respuesta es, siempre, constantemente. Pero a una condición: que haya reconocimiento de un otro como tal. Es decir, el dispositivo cultural de una colectividad se activa y es generativo cuando una sollicitación "externa", "ajena" y diferencial interviene en ella. Externa o ajena no significa necesariamente extranjera. (Hagamos un ejemplo tal vez sencillo pero efectivo. Si yo estoy escribiendo este trabajo es porque alguien "externo" a mi vida normal profesional me ha solicitado la participación a esta revista, "obligándome", por esto, a producir lo que ustedes muy pacientemente están leyendo ahora y que podemos llamar, sin que suene demasiado arrogante, una producción simbólica). Si es así, esto significa que las diferencias son gradaciones identitarias móviles tanto de tipo imaginario-subjetivo como simbólico-cultural. Las consecuencias de este razonamiento son muy importantes de señalar:

1. No se puede hablar de identidad sin tener en cuenta que está sujeta a transformación continua. Así como no se puede hablar de cultura (viva) sin creación cultural.
2. La identidad y la dimensión cultural se construyen y se activan en el proceso de contacto y circulación de diferencias, a partir de un *exterior constitutivo* (Mouffe, Ch. 1999) como su condición necesaria y en las dinámicas de conflicto o de "intraducibilidad" de una *semiosfera* a otra. (Lotman, I. 1996).
3. La dialéctica identidad/alteridad en el sentido que le da M. Auge (1997) de que la identidad está puesta a prueba por la alteridad y por lo tanto es no excluyente, permite evitar los particularismos absolutos, la esclerotización y *cosificación* de las identidades, las

- que dan paso a los totalitarismos y a los fanatismos nacionalistas o religiosos de todo tipo.
4. Así mismo, y es la hipótesis central de este trabajo que quiero compartir con ustedes, “cuando se produce una interrupción o una aminoración de la dialéctica identidad/alteridad, aparecen los signos de la violencia”, (Augé, M. 1997). Volveremos enseguida sobre esta hipótesis.

Ahora bien, ¿cuál es el entorno cultural en el que nos movemos en estos tiempos? ¿Cuál es el actual “malestar en la cultura” para usar la feliz expresión de Freud?

DE ADICCIONES Y PORNOGRAFIZACIÓN

Creo que es evidentemente una pregunta crucial y necesaria a la hora de querer comprender algunos síntomas o algunas “nuevas enfermedades del alma” (la expresión es de Julia Kristeva) que afloran en lo social y que propongo resumir todos con el término adicción. Lo cual, como *a-dicción* no significa simplemente dependencia de algo, sino negación o ausencia del decir, del sujeto de la enunciación, de su palabra, de la emergencia del acto simbólico. Normalmente se habla de adicción, especialmente para los jóvenes, en los casos de consumo de drogas o de alcohol. Pero, ¿habrá otras formas de adicción que puedan condicionar (y no digo “determinar” que es término médico y pertenece a las ciencias “duras” y muy poco usado en ciencias sociales) o contribuir a que se produzca adicción a las sustancias estupefacientes? Creo que sí.

Y en particular hay una de la cual me ocuparé ahora.

Se trata de la adicción a las imágenes, que da cuenta de un estado actual de la cultura y que en síntesis se puede expresar así: a más imagen menos imaginación. Antes de pasar a explicar el por qué de esta aminoración o adelgazamiento de la imaginación es necesario aclarar por qué se produce adicción a las imágenes. Por tres razones:

1. Por la cantidad de imágenes que circulan sobretodo en los medios de comunicación de masas. Se habla por ello de una continua explosión de imágenes que Michel de Certeau ha definido como “semiocracia” (gobierno de los signos) la que en nuestra sociedad actual vuelve “cancerosa la vista”. Umberto Eco, por su parte, ha ha-

blado últimamente del surgimiento del “homovidens” es decir de un hombre que sólo lee imágenes y que representará en el futuro la gran mayoría del género humano.

2. Por la velocidad con la que se transmiten las imágenes que ha llevado a Paul Virilio a definir la sociedad actual como “dromocrática” (gobierno de la velocidad). “Si el tiempo es la historia, la velocidad es solamente su alucinación” (Virilio, P. 1997).
3. Por la pornografización de la imagen, es decir por la producción de imágenes desveladas, descubiertas, totalmente visibles, entregadas como un todo autosuficiente y opuestas a la dimensión erótica que es precisamente la de velar, de cubrir y permitir al sujeto “darle trabajo” en el sentido de apropiación vía *poiesis*, como proceso subjetivo de poetización de las imágenes.

Tanto la cantidad como la velocidad producen el efecto mortífero de las imágenes, su rápida y constante obsolescencia y caducidad. Junto con las mercancías, las imágenes (la distinción entre las dos además es ficticia) padecen el mismo destino: de usa y bota.

La explosión y la velocidad de las imágenes atentan contra la capacidad de imaginación, la cual se ve fuertemente debilitada por la imposible retención, en la experiencia, del tratamiento de las imágenes. Estas, en efecto, son tan frecuentes y rápidas que impiden al sujeto almacenarlas, en forma elaborada, en su memoria. Estaríamos, según Virilio, frente a un sujeto de la simple aprehensión de los fenómenos, privado de medios de apreciación.

En la afectación del «régimen de temporalidad del “decididor humano”» (la expresión es una vez más de Virilio) la expectativa (o el interés) como elemento fundamental de la activación del dispositivo de la imaginación, se encuentra a su vez seriamente comprometida: en la percepción instantánea de las imágenes no hay tiempo para la expectativa. Lo que por otro lado daría razones de fenómenos tales como la desafección hacia lo político, el desencantamiento ideológico y la ausencia de proyectos sociales. Fenómenos que nos hacen decir que así como a más imágenes, menos imaginación, también a más proyecciones, menos proyectos.

La operación de *zapping*, es decir la unión de fragmentos o pedazos dispersos y desordenados de imágenes, es lo que le queda al joven como resto para una posible elaboración. Que de todos modos, me pa-

rece que, usando la metáfora del computador, se queda en el simple nivel de memoria RAM que es precisamente la memoria operativa para abrir y cerrar ventanas y, en nuestro caso, abrir y cerrar imágenes, sin que ello signifique acceder al disco duro entendido como depositario de la memoria, de la experiencia y de la subjetividad. Es como si el joven (o el adulto “homovidens”) no obstante disponga de los elementos para armar un “bricolage” no tuviera la capacidad de ser “bricoleur”, es decir, lograr subjetivamente una composición “original” del producto final y su respectiva apropiación.

Por otro lado, la pornografización de la imagen también impide la elaboración subjetiva del acto simbólico como mediación en la percepción de cualquier objeto. Desde un punto de vista filosófico nos encontramos frente a un nuevo *objetivismo* que plantea la verdad como la correspondencia transparente y la representación diáfana entre la mente (o la palabra) y la realidad que aniquila, de una vez por todas, la afirmación aristotélica de que el Ser se dice de distintas maneras.

OBSOLESCENCIAS, DÉFICIT SIMBÓLICO Y LA PUESTA EN ESCENA DEL OTRO

Frente a la obsolescencia de los objetos y de las imágenes “el culto de lo nuevo, de manera inexorable, hace del propio sujeto un objeto obsoleto, un desecho”, según el psicoanalista Jacques Alain Miller (1998). Un sujeto así es antropológicamente hablando un sujeto con serios problemas de producción de sentido de la vida. Y aquí queremos señalar una de las paradojas más acuciantes de los tiempos que vivimos: a la multiplicación infinita de los signos corresponde el más grande déficit simbólico (Jesús Martín Barbero) o la expresada por el filósofo chileno Martín Hopenhayn (1999): “Asistimos a una obesidad de significantes y al mismo tiempo a un vacío de sentido”.

La incapacidad de activar el dispositivo de la imaginación, además de la dimensión hipertrófica de la producción, recepción e impacto de las imágenes se debe también al déficit simbólico (dicho de paso, llama la atención que en el Ecuador y en otros países los gobiernos sólo hablan y discuten de déficit fiscal y nunca de déficit simbólico). En efecto, para que la imaginación pueda entrar en función como acto creativo, necesita de recursos simbólicos: del mundo de la palabra (los discursos), o de los lenguajes del rito o del arte. Los cuales encontrándose

deficitarios producen un “desenlace” entre la imaginación y el orden de lo simbólico. Juntos, la hipertrofia de las imágenes, la disminución de la imaginación y el déficit simbólico, generan un abultamiento o sobreproducción de imaginario, que algunos autores han definido como *tecnofascinación*. Este abultamiento del imaginario, a su vez, como en una especie de espiral cerrada, atenta “agresivamente” contra lo simbólico con el consecuente “adelgazamiento” y “desvalorización” de este último.

Queda a este punto por ver, por qué se produce un déficit simbólico en la sociedad actual. Mi hipótesis es la siguiente.

La activación del mecanismo de producción simbólica se da siempre frente a un otro. Un otro percibido y reconocido como diverso, como alteridad.

La que está en crisis es precisamente la dialéctica identidad/alteridad y esto se debe a la ausencia de un otro *reconocible* como tal. Mucho se habla hoy de un retorno a la religión. No en un sentido estrictamente eclesial o doctrinario, sino como *religio*, término que viene de *re-ligar*, es decir de hacer comunión. Surge la pregunta: luego del proceso de secularización instaurado por la modernidad que ha determinado la emancipación del sujeto frente a Dios, como ser “echado en el mundo” (Heidegger M.) ¿con quién religar y construir un nuevo sentido de lo sagrado, una nueva *sacralización del mundo*? Con el otro.

La semiosis o la producción de significaciones, así como el sentido, se activan gracias a la irrupción de un sujeto “ajeno” que con su intervención “pone a prueba” (Augé) la misma capacidad de reactivación que tiene el mecanismo simbólico. En otras palabras sin la diferencia (reconocible e incluyente) no hay posibilidad de afirmar y, lo que es más importante, recrear la identidad.

En el panorama actual el otro o “no existe”, es indiferente o virtual como en el caso del Internet o es “excluyente”, es decir es visto como enemigo.

Escribe Augé (1997): “las nuevas técnicas de la comunicación y de la imagen hacen que la relación con el otro sea cada vez más abstracta; nos habituamos a verlo todo, pero no es seguro que continuemos mirando. El hecho de que los medios hayan sustituido a las mediaciones (simbólicas) –el paréntesis es mío– contiene en sí mismo una posibilidad de violencia”.

La falta de reconocimiento del otro, como tal, esteriliza las relaciones sociales y el intercambio simbólico, y el mecanismo de creación de lo ritual como una expresión fundamental de *re-presentificación* (algo muy diferente al presentismo actual) de las mediaciones sociales imaginario-simbólicas, se encuentra hoy atrofiado.

“EL OTRO” EN ECUADOR, JÓVENES Y CUERPO

El Ecuador que es un país rico justo en diversidad cultural, es un país bloqueado, fragmentado y excluyente. En particular para Guayaquil, según los resultados parciales de nuestra investigación, no se puede hablar de una ciudad que sabe tejer una trama de socialidad horizontal. Asistimos más bien a un bloqueo mutuo protagonizado por los principales actores urbanos.

En Guayaquil hay “dos bandos” que no pueden pensarse recíprocamente como otros distintos e incluyentes. Los jóvenes de sectores populares subjetivizan (interiorizan) el desprecio que los jóvenes de condición alta le propugnan y, aunque en muchas ocasiones “ocupan” el espacio del otro (léase espacios de diversión como bares o discotecas en un principio frecuentados exclusivamente por jóvenes de condición alta), esta situación no logra traducirse en un intercambio simbólico por la *retirada* (el inmediato abandono de estos espacios) de los jóvenes de condición alta (los “añinados” o “plásticos”). Los cuales, por su parte, piensan en el otro (en “los cholos”) además que despectivamente, de una forma terrorífica y horrorizada, temiendo, tal vez, ver o descubrir en los otros “algo” similar presente también en ellos. (Es interesante al respecto observar que aquellos que desprecian a los miembros de los sectores populares por escuchar Julio Jaramillo, cuando están en el exterior, disfrutan y lloran de su música y se declaran, por esto y ahí sí, frente a un otro considerado distinto, con orgullo ecuatorianos).

Podemos hablar en Guayaquil de la presencia de “identidades proscritas” (la expresión es de José Manuel Valenzuela, 1998) es decir identidades en disputa pero autoexcluyentes y no constituyentes recíprocamente.

Frente al déficit simbólico, ¿tenemos que llegar a la conclusión de que los jóvenes no producen simbólicamente y sólo viven en la dimensión abultada de lo imaginario? Manejamos la hipótesis, en parte confirmada en la investigación de Guayaquil, de que el cuerpo es el lugar

de enunciación juvenil. Es la categoría analítica que mayormente daría cuenta de los sentires, saberes, éticas y estéticas juveniles. El cuerpo como un mapa de inscripciones y adscripciones identitarias, imaginarias y simbólicas. A través por ejemplo de cierta ritualidad expresada en algunos bailes como el sánduche o en el uso de la ropa (y de las marcas), o también con el cuerpo de los integrantes de las naciones o de las pandillas y de los ritos de iniciación (con pruebas corporales) para ingresar a ellas. O el cuerpo presente en las confrontaciones y choques, a golpes de correazos, en las calles o en las discotecas. Y finalmente, aunque no es un tema que ha sido directamente investigado, el cuerpo como uso de drogas y alcohol que es el cuerpo del vértigo, del abismo y de la intensidad, características reconocidas por los mismos jóvenes como constituyentes de su ser, junto con: “ser energía, libertad, locura, dinamismo, vivir al máximo”. De paso habría que decir que de todos modos junto con las imágenes es la música la forma más alta de adicción juvenil. La escuchan todo el tiempo solos o en compañía, para bailar y para socializar.

IMÁGENES, DROGAS Y PRESENCIA/AUSENCIA DEL OTRO

¿Qué relación existe entre la adicción a las imágenes y la adicción a las drogas o al alcohol?

Escribe Julia Kristeva (1993): “Cuando las drogas no se hacen cargo de usted, está anegado por las imágenes. Ahoga sus estados anímicos en el flujo de los medios de comunicación, antes de que se lleguen a formular en palabras. La imagen tiene el poder extraordinario de captar sus angustias y sus deseos, de cargarse con su intensidad y de suspender su sentido”. Lo afirmado por Kristeva nos da pistas para comprender la relación planteada entre consumo de imágenes y consumo de drogas. Es como si se activara para ambos consumos el mismo mecanismo. No obstante es necesario hacer algunas distinciones que se refieren al tipo de droga que se consume.

Si dividimos el espectro de sustancias estupefacientes en duras y suaves (heroína, opio, tal vez cocaína como duras y marihuana y hash como suaves) podemos inferir ciertas diferencias en el uso de unas y otras. El caso que más acerca al mecanismo de consumo de imágenes es el de las drogas duras. A través de ellas el sujeto busca ir directamente a lo real y a un goce letal (ambos en el sentido psicoanalítico). (El goce

se lo puede comprobar en las palabras de un ex drogadicto: “a pesar de sentirme mal seguía metiéndome y metiéndome droga, más y más”). Ir, o buscar ir, directamente a lo real significa hacerlo *inmediatamente*, sin mediaciones que son siempre mediaciones con el otro (y con el Otro también) imaginarias y simbólicas.

En este sentido el drogadicto que consume drogas fuertes se separa del otro (“pasa” del otro) y hace una experiencia profundamente solitaria que probablemente lo llevará a la muerte. (Sería interesante investigar cuál es el sentido de la muerte, de la muerte real, en estos tiempos de muerte constante, de mortífera caducidad de los objetos y de las imágenes que, dicho de paso lleva a una perenne insaciabilidad. Me parece que podríamos encontrar ahí cierta correspondencia entre el sentido aligerado, vaciado de la vida y cierto sentido igualmente aliviado de la muerte (que es el sentido que se percibe, por ejemplo, cuando alguien muere en un asalto por el robo de un carro en nuestro país). No sé si es exagerado hablar entonces de una pulsión de muerte “light” porque “light” es la vida, en estos tiempos (Tanatos y Eros serían ambos light). Estas consideraciones podrían estar indicándonos algo útil para los estudios sobre violencia. Lo dejo aquí simplemente anotado).

Por el otro lado tenemos el consumo de drogas suaves con el cual probablemente se establece una relación con el otro. Es posible observar ahí ciertos niveles de ritualidad que apuntarían a crear o recrear espacios de socialización. Tal vez podríamos hablar en este caso de uso de “drogas identificatorias” entendiendo con ello la asunción de sustancias aditivas y no adictivas que como otras marcas identitarias (el consumo de música o la ropa), cumplen con la función de que el joven sea identificable-reconocible y que se sienta perteneciente a un determinado grupo juvenil.

Tenemos un testimonio en Guayaquil que dice: “uno es lo que uno toma (la droga que toma)”. Existe también la hipótesis de que el uso de ciertas drogas como el *éxtasis* posibilita el enfrentamiento con el otro.

En todos estos casos la ausencia o la carencia de mediación simbólica conlleva a tener que “inventarse” a través del consumo de droga o alcohol la relación con el otro. La droga o el alcohol entonces como suplencia del vaciamiento del sentido. Me parece interesantísimo en tal dirección el desafío planteado por el psicoanálisis. Como afirma J. A. Miller (1998) “la cuestión clínica gira en torno a este punto: si se pue-

de *sustituir* el valor de goce (...el del uso de drogas...) por un valor de sentido. En nuestros términos: ¿Cómo crear nuevos espacios de producción y mediación simbólica que permitan la circulación y recreación constante del sentido de la vida? ¿Cómo salir del presentismo, del mundo único de la sensación, de la alucinación que la velocidad del consumo nos produce, reduciendo, cada vez más, nuestra facultad de estar en el ritmo del tiempo, de la historia y de la memoria?

No tengo respuestas a estas preguntas. Pero tengo la sospecha que algunas se pueden encontrar en la comprensión de los jóvenes en tanto que ellos concentran y representan el nuevo *sensorium* (Benjamin W.) del ser social contemporáneo, un *sensorium* que probablemente nos hace avizorar cambios antropológicos importantes.

BIBLIOGRAFÍA

KRISTEVA, Julia

1993 *Las nuevas enfermedades del alma*. Madrid: Cátedra.

CASTORIADIS, Cornelius

1997 *Ontología de la creación*. Bogotá: Ensayo y Error.

LOTMAN, Iuri M.

1996 *La semiosfera*. Madrid: Cátedra/Frónesis.

AUGÉ, Marc

1997 *La guerra de los sueños*. Barcelona: Gedisa.

DE CERTEAU, Michel

1987 *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana.

VIRILIO, Paul

1998 *Un paisaje de acontecimientos*. Buenos Aires: Paidós.

MILLER, Jacques A.

1998 *El síntoma charlatán*. Barcelona: Paidós.

BARBERO, Jesús M.

- 1998 “*Hegemonía comunicacional y des-centramiento cultural*”. En *Enfoques sobre posmodernidad en América Latina*. Caracas: Fondo editorial sentido.

HOPENHAYN, Martín

- 1998 “*Tribu y metrópoli en la posmodernidad latinoamericana*”. En *Enfoques sobre posmodernidad en América Latina*. Caracas: Fondo editorial sentido.

VALENZUELA, José M.

- 1998 “*Las identidades juveniles*”. En *Viviendo a toda*. Bogotá: Siglo del hombre.

MOUFFE, Chantal

- 1999 *El retorno de lo político*, Barcelona: Paidós.

ANEXO 1

Estado del arte los saberes de la sociedad civil respecto a los jóvenes

El estado del arte que presentamos recoge exclusivamente saberes institucionalizados y no aquellos expresados, representados, asumidos, por los mismos jóvenes, en cuanto, los saberes de estos últimos serán materia de la investigación. Salvo en los casos, en que a través de entrevistas a jóvenes que desempeñan una labor para jóvenes, como por ejemplo en los medios de comunicación, sus respuestas expresaban, o eran portadores de alguna forma de saber juvenil.

A. DE LOS SABERES ACADEMICOS Y LIBRERIAS

Las librerías más representativas de estas dos ciudades no cuentan con publicaciones pertinentes con los fines de la investigación, en particular las librerías visitadas Cervantes, Vida Nueva y Científica, sólo disponen de títulos que tienen un enfoque, sea de psicología general o educativa, acerca de los jóvenes, sea de auto ayuda o de superación personal, incluido algunos libros de carácter religioso para trabajo con los jóvenes.

El caso de las librerías de Quito, por lo que tienen que ver con Studium se repite lo mismo con respecto a las librerías de Guayaquil, las únicas publicaciones acerca de los jóvenes tiene que ver con los temas de automotivación y superación personal.

En la librería Libri-Mundi se han encontrado algunos títulos que de todas formas sólo marginalmente tocan el tema de las culturas juveniles. Estos libros son:

- Giovanni Levi y Jean Claude Schmitt. Historia de los jóvenes; De la antigüedad a la edad moderna. La publicación es en dos volúmenes, pero se encuentra disponible sólo el primero.
- Luis Brito García: El imperio contracultural. Del rock a la postmodernidad.
- Beatriz Gonzáles Stephan (comp): Cultura y tercer mundo (dos vol.)

De la amplia literatura sobre jóvenes que circula internacionalmente referida al enfoque pertinente a nuestra investigación, que es el enfoque culturoológico, como de la que son ejemplo, “El tiempo de las tribus” de Michel Maffesoli; “De jóvenes, bandas y tribus” de Carles Feixa; “Tribus Urbanas” de Pere-Oriol Costa, José Manuel Pérez Tornero y Fabio Tropea; o teóricos de más amplio respiro de autores como Néstor García Canclini, Jesús Martín Barbero, Beatriz Sarlo, Renato Ortiz, etc., se ha podido comprobar que prácticamente nada existe en las librerías del Ecuador.

En el ámbito de las universidades e institutos de educación superior se visitaron sólo los de Guayaquil (Universidad Laica, Universidad Católica, Universidad de Guayaquil, Instituto de televisión ITV, y Escuela de Comunicación Mónica Herrera). Nos dirigimos tanto a las bibliotecas como a los archivos que contienen las tesis de grado, buscando libros y tesis pertinentes al tema de las culturas juveniles. En la universidad Católica y en particular en la Escuela de Trabajo Social, se encontraron tesis de las cuales el joven es tratado desde una perspectiva asistencial, que tienda a satisfacer sus necesidades en términos de capacitación, salud, empleo y rehabilitación social, esto nos indica que el enfoque culturoológico está ausente en estos trabajos.

En la Escuela de Psicología de la misma universidad, hay algunas tesis que parten desde la perspectiva de la psicológica clínica y educativa. La más relevante a nuestro propósito es una tesis titulada “El adolescente y su identidad frente a la elección vocacional” que aborda al joven desde una psicología educativa- evolutiva, pasando revista a los procesos psicológicos de formación de la identidad desde las teorías de la identificación. En este trabajo el joven es considerado un agente de cambio pero a condición de someterse a unos procesos de orientación vocacional llevados científicamente. La tesis considera que el asunto de la orientación vocacional no atañe únicamente al psicólogo-

go educativo, sino también, al sociólogo, a la familia y a las instituciones pedagógicas. El concepto de identidad es eminentemente construido por la psicología y no por los saberes culturales. Las consecuencias de una mala orientación desembocan en la crisis de la familia, la violencia, la drogadicción, etc.

En la Universidad Laica se encontraron varias tesis sobre jóvenes, siempre desde dos perspectivas : la de la educación sexual y la de la conducta irregular. Algunos trabajos hacen referencia a la influencia nociva de los medios de comunicación, sobre todo la televisión. En el caso de la educación sexual, los trabajos señalan a un escaso nivel, las desconfianzas entre jóvenes y padres y los riesgos de esta población a contraer enfermedades de transmisión sexual. La conducta irregular es explicada con las herramientas de la psicología evolutiva, con sentido proteccionista coherente con el actual paradigma de la minoridad. Las pandillas o bandas son pensadas como problemas que la educación y la policía deben solucionar vía la educación formal y los programas de re-educación.

En la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil no hay tesis de grados que se refiera a temas juveniles. Sólo se encontraron dos publicaciones, la una con el título “dinámica del grupo juvenil” de Mario Espinoza Vergara, publicado en Costa Rica, y la otra “El joven delincuente en Guayaquil” publicado por esta universidad. Se trata de un estudio psiquiátrico sobre las conductas y las causas delictuales.

En el Instituto televisivo (ITV) los trabajos de tesis no tocan el tema juvenil sino como parte de encuestas dirigidas a investigar los mecanismos con los que operan los medios de comunicación, y la publicidad, por ejemplo, sobre los efectos del alcohol, opiniones sobre la construcción de la imagen de un artista de la farándula.

En la Escuela de Comunicación Mónica Herrera de la Universidad Casa Grande, se encontraron varias tesis sobre los jóvenes y sus manifestaciones culturales.

- 1) “La magia de la comunicación a través de los muros”, es una tesis que recoge una muestra de los diferentes tipos de graffiti de la ciudad de Guayaquil, clasificados en tipologías que son políticas, filosóficas, románticas, humorísticas, artísticas, pandilleras, educativas.

- 2) “Generación X”, “Cuando el hombre abandona el centro para dirigirse hacia la X” (Nietzsche). A partir de una constatación periódica de la existencia de una generación X en los Estados Unidos, esta tesis se interroga acerca del mismo fenómeno en Guayaquil. La respuesta es que el fenómeno se da parcialmente en los estratos socioeconómicos medio alto y alto de la ciudad.
- 3) “Las marcas exclusivas en la formación de identidad de jóvenes guayaquileños”. La tesis explora cómo las marcas exclusivas contribuyen a construir la identidad de ciertos jóvenes, determinando en particular que los de estratos económicos medio alto, alto, dan mucha importancia a la marca en sus presentaciones personales.
- 4) “El, Ella, y lo no verbal frente a lo unisex”. El trabajo exploró si se mantienen rasgos diferenciadores entre hombres y mujeres o si en cambio se asiste a una direccionalidad hacia lo unisex y la indiferencia de los comportamientos según el género. La conclusión a la cual llega la tesis es que existe en Guayaquil una marcada tendencia hacia comportamientos unisex de tipo masculino.
- 5) “Acciones de comunicación de Jaime Nebot y Ricardo Noboa dirigidos a los jóvenes entre 18 y 24 años de Guayaquil durante la campaña presidencial de 1996”. Lo interesante de la tesis es que determina que ninguno de los dos candidatos tiene una comprensión específica de los jóvenes, y de ahí que no hay estrategias miradas para este sector de la población.
- 6) “Telenovela y jóvenes mujeres de Guayaquil”. La tesis trata del consumo de telenovelas por parte de jóvenes mujeres de NSE alto, medio y bajo.
- 7) “El comportamiento social de los jóvenes frente a 2 juegos de video: Mortal Combat y Killer Instincts”. Entre las conclusiones del estudio consta la hipótesis que la relación de algunos jóvenes con los juegos está hecha de elementos similares al consumo de drogas, es decir adicción y evasión de una realidad hecha de problemas escolares y familiares.
- 8) “Análisis comunicacional de las campañas televisivas de las conductas de la segunda vuelta electoral de 1996”. La tesis trata de analizar los efectos producidos por los spots televisivos de los candidatos finalistas sobre jóvenes entre los 18 y los 21 años de edad de un nivel socio económico bajo de la ciudad de Guayaquil.

- 9) “¿Jóvenes desencantados? Encantados por la música”. El trabajo trata de establecer tipologías de consumo musical según niveles socio económicos de pertenencia de los jóvenes. Así como diferencias de géneros musicales según el sexo. Finalmente se investiga al consumo musical como elemento regulador de estados de animo o como articulador de identidad grupal.

Por lo que tiene que ver con las bibliotecas de las universidades y escuelas visitadas lo que se encontró fueron publicaciones acerca de jóvenes de la década de los setenta y ochenta, y con un enfoque psicológico, religioso y educativo. No había libros teóricos sobre jóvenes escritos en los noventa, salvo un manual sobre comportamientos normalizados de los jóvenes, informes de congresos mundiales de juventud donde se recogen testimonios de las vidas de los jóvenes de distintos países, otros textos dedicados a la dinámica grupal entre jóvenes.

B. DE LOS SABERES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Prensa escrita

Diario El Universo:

Este diario se negó a dar información pese a los varios intentos que se realizaron. Se decidió analizar las publicaciones de cuatro fines de semana y a partir de ahí, señalar algunos datos. El diario no cuenta con una política clara de tratamientos de temas relacionados con jóvenes. Tiene una sección denominada “San Viernes”, que aparentemente es la más leída por los jóvenes, la cual simplemente les proporciona una agenda de eventos de diversión. La sección “Vida y Estilo”, ocasionalmente publica temas de interés juvenil, pero no es una sección dirigida expresamente a un público juvenil. También hay la sección “Domingo” que suele ser un espacio en donde se reportan test, y consejos prácticos sobre modas, automóviles, conquistas amorosas, temas hacia los cuales parecería que los jóvenes mantienen un cierto interés.

Diario El Telégrafo:

Este diario tiene una sección denominada “Juventud” que según Paola Torres (20 años), editora de la sección, “abre un espacio donde los jóvenes son tomados en cuenta y pueden expresarse y que los motiva a leer el diario”. Los mayores aportes para la sección los reciben de jóvenes colegiales, pero además, cuenta con las opiniones de profesionales y especialistas sobre temas de interés juvenil. Según la editora los jóvenes se agrupan por gustos y personalidades afines, determinando así una diversidad heterogénea, a la cual la sección intenta responder con sus contenidos. Para editar la sección no se cuenta con un banco de datos.

Diario Hoy:

El diario publica una revista como inserto que se llama “Jóvenes y punto”, que tiene una periodicidad semanal. La revista se compone de las siguientes secciones:

- **Gente Pilas:** destaca a un joven que sobresale en algún campo: música, deporte, cine, etc.
- **Sexo Sentido:** es la sección más leída, trata temas muy variados de sexualidad a partir de preguntas formuladas a expertos.
- **Vibraciones:** sección dedicada al arte especialmente a la música, cuenta con entrevistas y comentarios sobre personajes que descollan en el ámbito artístico.
- **Tema central:** toca un tema de actualidad, por ejemplo la realidad virtual, la salud, el tabaco, los tatuajes, etc.
- **Deja tu huella:** es una especie de pared donde se escriben graffiti, frases dedicadas a alguien como novios/as.

Otras secciones que existen en esta revista son el Horóscopo el Cine, la Cartelera, el Test y Comics.

Según Cristina Raad (24 años), editora de la revista, esta no cuenta con un archivo o base de datos; sus fuentes son: el internet, el Cepar (centro ecuatoriano de paternidad responsable) y el Cepam (centro ecuatoriano para la promoción de la mujer) sobre todo para cuestiones de violencia social o familiar. La editora indica que la revista se basa en un sistema interactivo por el cual los jóvenes, piden mayoritariamente temas relacionados con la sexualidad y la música en general. La editora señala que en el contenido de la revista tienen inje-

rencia tanto el departamento de redacción como el administrativo, ambos creen conocer el mundo juvenil y en el caso del personal administrativo existe un condicionamiento de la publicidad auspiciante sobre la elección de los temas.

Diario El Comercio:

Este diario tiene una sección dedicada a los jóvenes que se llama Calentura”. Según Gisella Bayona (24 años) editora, la estrategia de la sección es tener una gráfica atractiva, con temas tratados a profundidad, para contrarrestar el cliché de que los jóvenes se los considera “simplo-nes”. La revista esta concebida para abordar con la variedad de sus temas los distintos grupos de jóvenes que viven en la ciudad, para evitar que la revista se presente con contenidos homogéneos frente a la fragmentación de los grupos juveniles, incluyendo su condición socio económica de pertenencia.

Las fuentes principales de la revista son algunas organizaciones juveniles, como el CAR (colectivo anti-represión), Prolibertad u otras ONG’s del sur de Quito. Los reportajes entonces se producen a partir de pequeñas investigaciones etnográficas y de campo con fuentes primarias (los mismos jóvenes) y sin la mediación de expertos o instituciones (de segundo nivel) que trabajan con jóvenes. Gisella afirma que tiene una relación difícil con los adultos del diario en cuanto muchas veces, estos, frente a algunos reportajes que ella realiza, emiten no un juicio crítico sino mas bien un juicio de valor. En una ocasión, por ejemplo, frente a un reportaje sobre maneras de vestir de ciertos grupos juveniles, expresaron su desaprobación tildándolo de “horrible”, de “mal gusto”.

Revistas

Revista Generación XXI:

El diseño de la revista es modernista. Se caracteriza por la profusión de colores y de fotografías. Tiene secciones temáticas con nombres atractivos y poco convencionales. La revista trata temas que van desde la Ecología, el Comic en la sociedad de consumo, a los de astrología y la quiromancia en el internet. Hay un buen despliegue de páginas dedicadas a la sexualidad juvenil, a la tecnología y a los tópicos de la mo-

da y la farándula, esta última en el ámbito musical. Una sección muy interesante se dedica a publicar un correo entre los jóvenes de ambos sexos, y donde se cuestionan acerca de los enigmas que cada sexo tiene para el otro. La publicidad de la revista es profusa y son de productos de consumo juvenil. La sección de fotografía “social” es muy demandada, y vista por los que leen la revista. La redacción general de la revista tiene un estilo coloquial e informal, pero sin dejar de tener un tono aleccionador.

Secciones fijas:

Toma 7: una sección dedicada al cine de actualidad

Vibra: Noticias de la actualidad de la farándula.

Alterna: Temas de interés juvenil, apoyados con test y entrevistas.

Comics: Una sección dedicada a las historietas y a las tiras cómicas más famosas del mundo de las revistas del cine y de la televisión.

Ram: Todo lo relacionado con las computadoras y la informática. Las últimas noticias sobre el Internet, y sobre la cyber-distracción.

Zona T: sección dedicada a los contactos personales, a los anuncios de interés juvenil.

Zoom: Para las fotografías con pretensión artística.

La editora de la revista Dennis Nader, indicó que Generación XXI es muy exitosa entre los jóvenes de 14 a 18 años de las clases socio-económicas medias, medias altas y altas de Guayaquil. Al decir de su editora, la revista es consumida por su diseño gráfico y por sus secciones temáticas. La revista no tiene información sistematizada y archivada sobre su “target”. La información la extraen informalmente de un “feed-back” continuo con los lectores y a través de otros medios, como revistas e Internet principalmente. El teléfono, y el correo convencional y electrónico son medios muy utilizados por el público lector para comunicarse con la revista. Sólo una vez se hizo una investigación de mercado para evaluar la revista #0 con jóvenes de colegios y primeros años de universidad. Actualmente no hay registro de ella. El año pasado la revista publicó un reportaje especial sobre los jóvenes del Ecuador, se elaboró en base a entrevistas y fotografías de la vida cotidiana de los entrevistados. Los contenidos y secciones más demandadas por los chicos son las de moda, horóscopo, test psicológicos (que miden trivialidades, por ejemplo: ¿cómo saber que besas bien? ¿Eres simpático pa-

ra los demás?), tips (lista de consejos resumidos por puntos). Pero el tema y las preguntas más constante entre los jóvenes de 14 a 17 años, y que sorprende de alguna manera a la editora, es sobre la sexualidad. Preguntan sin ambages y directamente. Por ello la revista va a poner como servicio dos vías de comunicación, una por teléfono dónde atenderá una consejera y una “bruja esotérica”, la otra por Internet. Para Denisse los chicos quieren una revista futurista. La revista compite con otras como Eres, Tú, Bravo (revista mexicana), e indirectamente con la Onda. Los materiales de la revista le viene de las corresponsalías, una de México, la otra de Holywood. El diseño se inspira en la revista de comunicación Wired, y los temas más cosmopolitas les viene de Paula, Cosmopolita, y Hombre Saludable. La fundación Esquel le provee, a veces, de algún material significativo.

Sobre cómo son los jóvenes de hoy, Denisse piensa que se caracterizan por ser desinhibidos para cuestionar las cosas. Se atreven a cuestionar la autoridad, pero son influenciados por las modas de los grupos musicales. Se agrupan y se identifican entre sí por tipo de música que oyen, o en el caso de los varones, también por el deporte que practican regularmente. Desde estos consumos, los jóvenes crean unas subculturas: “los Skaters”, “los surfistas”, “los alternativos”, etc. De cada práctica musical o deportiva, los jóvenes extraen un lenguaje, una moda, un comportamiento. Hay otra clase de subcultura que le llama la atención y que se ve en los chicos de las clases media altas y altas, y está ligada a la computación y sus periféricos, la multimedia. Son chicos bien informados en tecnología, saben la nomenclatura técnica del mundo cibernético e informático, leen revistas especializadas sobre el tema y ven los programas televisivos del cable dedicados a la tecnología. Son adictos al Internet y al “fast food” y buscan distinguirse de los otros a través de clubes cibernéticos, y de chat. Algunos consumen comic “underground”. La música, el deporte, y la computación crean estilos de vida y de ella producen una cierta identidad. Hay también fusiones entre estos consumos, por ejemplo, los surfistas escuchan una determinada música, y no otra. Hay otro tipo de jóvenes que Denisse llama “los yuppies teenagers”. Estos se caracterizan por estar bien informados de todo pero superficialmente. Se pasan quejando por lo poco que les ofrece el medio, y justifican su no exodo por los lazos familiares y de amistad. Ecuador no está a la altura de sus expectativas, sufren porque no hay lo que ven en las revistas extranjeras, no hay suficientes

discotecas buenas, ni campeonatos internacionales de sus deportes favoritos, el sistema telefónico es ineficiente para chatear, etc... “viven una realidad virtual”. Algunos son “chicos marca” (apego a la moda internacional) y “salen a divertirse con otros de iguales características, son muy populares entre las peladas, lindos y, la vez, vacíos”.

Radio

Radio El Telégrafo

“Dato Plenísimo” es el programa radial juvenil de la emisora El Telégrafo, “hecho por jóvenes y para jóvenes”. Es una radio-revista con segmentos como: reportaje, editorial, entrevistas, doblaría, anuncios de corazón, farándula, mensajes y música de interés juvenil (house, rock, merengue, baladas) El target está entre los 12 años en adelante. Los jóvenes del PMT escuchan mucho este programa.

Radio Alfa:

Esta radio se identifica como una emisora netamente juvenil. Su objetivo es entretener a la juventud y ofrecer un espacio donde ellos puedan expresarse a través de llamadas y fax. Algo singular es que motivan a los chicos a agruparse de tal manera que existen los “clubes amigos de Alfa”. La emisora es un excelente intermediario entre amigos y amigas, o entre enamorados y enamoradas, porque facilita el cruce de números telefónicos.

Los jóvenes que la escuchan oscila entre los 14 a 25 años. La música que transmite es de actualidad y de gusto juvenil: rock en español e inglés, baladas en español, house, merengue-house, hip-hop, y rock latino. Su eslogan es “la marea” porque supuestamente es la emisora que marca e identifica a la juventud.

Radio Fuego:

Emisora con un “tinte juvenil”, pero dirigido a radioescuchas de todas las edades. Los jóvenes que la sintonizan van desde los 16 años en adelante y en su mayoría son de clase media. Los programas son escuchados por los jóvenes pero no son específicamente juveniles. La música que transmiten es romántica, rock en español. Los fines de semana pasan rock en inglés y español, merengue, merengue house, techno-

merengue, hip-hop. Hay un segmento del recuerdo del rock latino y del rock and roll.

Radio La Bruja

Emisora capitalina con un acentuado estilo juvenil pero que no recubre la totalidad de la programación radial. La escuchan jóvenes desde los 16 años en adelante y a nivel nacional. Tiene segmentos no especificados como juveniles pero emite música pop bilingüe y baladas en inglés y español. Es una emisora de clase media.

Radio I.99

Emisora netamente juvenil. Su música es anglosajona. Rock and Roll, pop music, y heavy metal son los géneros fuertes y de sintonía continua. Los jóvenes que interactúan con la radio expresan sus opiniones a favor de la programación. Sus radioescuchas son adolescentes de clase media alta. Compite con la emisora La Bruja de Quito.

Televisión

Canal Sí TV

Hay un programa televisivo que está dirigido a los jóvenes exclusivamente. Se llama “Iguana Legal” y es un programa de “música a la moda” y que se puede escuchar en la radio comercial. Promociona discos y videos que están en el mercado nacional. Su “menú” de canciones diarias está negociado con las disqueras, estableciendo un rating por medio de las llamadas telefónicas y las ventas de discos. El público que asiste al programa en vivo es básicamente colegial. La producción del programa es netamente empírico, y se realiza en base a supuestos y estereotipos comunicacionales extraídos de la experiencia televisiva y de la ocurrencia del director creativo del canal. No hay investigación de mercado dirigido al gusto juvenil, pero sí tienen el servicio de Nielsen que les da los puntos del rating de audiencia. El programa tiene un promedio de 5 puntos y se emite desde las 14h30 a las 15h30.

Hay otro programa donde el tema juventud está presente ocasionalmente, se llama “La familia puertas adentro”. Este programa trata sobre problemas familiares discutidos en una mesa redonda por invitados conocedores de la problemática y dramatizados en un vídeo por

actores profesionales y semi-profesionales. El programa lleva tres años al aire.

La lista de los temas tratados son los siguientes:

- 1) Fiesta de adolescentes.
- 2) Abuso sexual
- 3) Pandillas.
- 4) Orientación vocacional.
- 5) Adolescentes alcohólicos.
- 6) Castidad.
- 7) Influencia de la música.
- 8) Adolescentes embarazadas.
- 9) Sexualidad de los adolescentes.
- 10) El rock y la juventud.

Canal TC televisión:

Hace algunos meses atrás existía un programa musical juvenil llamado “Sintonizando”, se trataba de una revista musical, pero actualmente no hay programas dedicados exclusivamente a los jóvenes. Sin embargo, actualmente se produce un programa concurso que se llama “A todo dar” y que tiene una amplia acogida juvenil, especialmente en los sectores populares. Se planificó una entrevista con el conductor del programa pero éste falleció antes de la misma.

C. DE LOS SABERES DE LOS ESPACIOS DE ARTE

Hemos dividido el campo artístico en diferentes ámbitos: artes plásticas, danza, teatro y música. En estos ámbitos no se han encontrado saberes sobre jóvenes que implementen prácticas o proyectos artísticos. La única escuela del medio dedicado a las artes plásticas, el colegio de Bellas Artes, tiene un currículo rígido y una pobre actividad extra curricular, es decir, no organiza, por ejemplo, exposiciones o instalaciones en los espacios no académicos. De las galerías destaca la de Madeleine Hollaender que representa un espacio alternativo dedicado al arte experimental donde es posible notar un protagonismo de jóvenes traducido en performances multimedia en donde se combinan las diferentes expresiones musicales de teatro, de danza y de pintura.

Con respecto a la danza, podemos observar, que han surgido algunas agrupaciones de danza contemporánea como es el caso de “Danza Espacio” o “Danza Sur” que es además una academia. Estas dos instancias complementan las escuelas de la Casa de la Cultura, del Centro Cultural Sarao, del Teatro Centro de Arte y otras academias particulares donde predomina el ballet clásico. El grupo Sarao proyecta abrir una escuela integral de teatro y danza para niños de la calle y jóvenes. En el caso de las academias de ballet clásico éstas se dirigen a sectores de altos recursos económicos para los cuales, tal vez, el interés en el arte es un medio de alcanzar distinción social y cultural. Con lo que tiene que ver con el teatro podemos decir que no hay un desarrollo importante de este espacio artístico. Parecería que los jóvenes que se interesan por él, lo hacen pensándolo como un trampolín para alcanzar la televisión.

En el caso de la música, los conservatorios no tienen actividades específicas dirigidas a los jóvenes. Se dedican a la enseñanza teórico-práctica y a la difusión a través de conciertos en los días festivos organizados por la municipalidad. Los conservatorios privados como el “Rimsky-Korsakov” tampoco prevén acciones para jóvenes, siendo además, los padres los que deciden por sus hijos que estudios musicales realizar. También existe el Centro Cultural Danusche Hlavenka que ofrece clase de música y otras artes. Cabe recalcar que todas estas academias particulares se dirigen a sectores poblacionales altos. Podemos a sí notar la ausencia de espacios artísticos de calidad pensado para los sectores populares.

En el ámbito de posibles proyectos artísticos juveniles, en el Teatro Centro de Arte se está generando uno que apunta a la constitución de una orquesta sinfónica juvenil. Una cosa que cabría destacar es que en todas las escuelas de música existe una alta demanda de cursos libres, es decir, de cursos a través de los cuales los jóvenes puedan aprender a tocar un instrumento sin la necesidad de una rigurosa enseñanza teórica.

Cabe señalar finalmente que este estado del arte no ha podido dar cuenta de posibles espacios alternativos no institucionalizados debido, por un lado, a limitaciones temporales, y por otro, a la dificultad de detectar esos posibles espacios de arte no formalizados. Tal vez, algunos de ellos podrán salir a la luz, gracias, precisamente, a la investigación a desarrollarse.

D. DE LOS SABERES DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y ENCUESTADORAS

Agencias de Publicidad

Norlop Thompson y asociados

No tiene archivos o biblioteca sobre jóvenes. No realizan investigaciones sobre los gustos juveniles por considerar a éstos muy cambiantes e inestables. Hay un estudio de mercado sobre niños que consumen cereales.

Véritas Ogilvy & Mather

No tiene archivos dedicado a jóvenes. Mandan a hacer investigaciones a empresas de mercadeo. Hay que solicitar permiso a los clientes para acceder a la información en el caso de que la agencia la guarde, pero de jóvenes no hay estudios.

Andina BBDO:

Los estudios de mercados son encargados a otras personas y la agencia no investiga. Esta recibe del cliente sólo la información necesaria para realizar el trabajo. El cliente retiene el resto del estudio. Según Rocío Lecaro, quien realiza estos estudios (contratada por la agencia) es muy poca la información sobre jóvenes que se levanta en los centros de investigación de mercado.

Publitorres

Tiene una respuesta similar a las otras agencias.

McAnn Erickson:

Tiene una respuesta similar a las otras agencias.

Las visitas a las empresas encuestadoras nacionales: Market, Informe Confidencial y Cedatos no arrojaron material pertinente a la investigación. Lo que estas empresas desarrollan, normalmente, son encuestas en torno a consumos materiales de tipo particular, por ejemplo, de algún producto de comida, de tipo de automóvil etc. Esto quiere decir que estas empresas realizan estudios alrededor de probables gustos, los cuales, no son traducibles en términos de consumos culturales, siendo las expresiones de gusto asumidas como datos cuantifica-

bles (gusta o no gusta algo) y no como manifestaciones de un proceso cultural.

E. DE LOS SABERES DE LAS INSTITUCIONES INTERNACIONALES

La mayoría de las instituciones internacionales consultadas (PNUD, Children International, OPS/OMS) no trabajan con jóvenes directamente.

UNICEF junto con el CER-G ha realizado un estudio sobre la prostitución infanto-juvenil masculina y femenina en el Ecuador. Sus conclusiones son que las instituciones gubernamentales no reconocen esta prostitución y es considerada mas bien como actividad delictiva e ilegal. El estudio señala que del total de menores de 18 años (720.686), hay un 30% (216.260) de población en riesgo por diversos motivos y que de esta el 10% (21.626) estaría involucrado en actividad de prostitución.

El *DNI* trabaja fundamentalmente con niños y niñas, lo único que han hecho con jóvenes es un intento de capacitación para el trabajo en el campo de la construcción.

USAID, no trabaja directamente con jóvenes pero ha hecho algunas donaciones para microempresas juveniles, en términos de equipos y maquinarias. Esta dotada su biblioteca de publicaciones que tratan la temática juvenil sobre todo del CEPAR y de la Fundación Nuestros Jóvenes.

El Banco Mundial tiene sobre el tema, una publicación acerca de la salud de los adolescentes, con énfasis en los aspectos de la sexualidad y de la actividad reproductora de las jóvenes mujeres. En particular la revista trata los temas de contracepción, fertilidad, matrimonio, enfermedades de transmisión sexual y el SIDA. Así como el tema del abuso sexual y la mutilación genital.

De lo que aquí se ha descrito, se puede inferir que los organismos internacionales presentes en el Ecuador, o no tienen a los jóvenes entre sus prioridades o implementan proyectos tendientes a resolver problemas tradicionalmente imputados al carácter desviante de los jóvenes: prostitución, drogadicción, sexualidad. O, en otros casos, los proyectos tienden a la inserción del joven al mercado laboral.

F. DE LOS SABERES DE ORGANISMOS GUBERNAMENTALES

Para poder revisar las políticas desde el Estado en materia juvenil hemos hecho un recorrido de los Ministerios y entidades públicas que supuestamente definirían intereses particulares hacia la juventud. Se han visitado: El Ministerio de Educación y Cultura, el Ministerio de Bienestar Social, con su dependencia en la Dirección Nacional de Juventud (DNJ), el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, la Secretaría Técnica del Frente Social, el Programa del Muchacho Trabajador (PMT), el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el Ministerio de Defensa y el Ministerio de Gobierno y Policía.

Ministerio de Educación y Cultura

Gracias a una entrevista con la Supervisora de Educación y la revisión de los Programas Curriculares, se ha podido constatar la inexistencia de una política específica hacia los jóvenes. En otras palabras, desde las estrategias educativas del Ministerio no se vislumbra una clara distinción de los Programas hacia estudiantes de diferentes grupos etáreos.

Los contenidos de los programas están pensados en una pura lógica lineal temporal, que establece la relación entre progresión de contenidos y crecimiento etáreo de los estudiantes. Todo ello se refleja además en una ausencia en la capacitación de los docentes de aspectos pedagógicos que apunten a la dimensión del ser joven.

Ministerio de Bienestar Social

En el gobierno de Sixto Durán Ballén (1992-1996), la Subsecretaría de Bienestar Social del Litoral intentó la creación de un espacio, La Casa de la Juventud a fin de brindar un conjunto de servicios para los jóvenes de tipo legal, de información, y recreativos. Lamentablemente este proyecto nunca se concretó.

Por su parte, la Dirección Nacional de Juventud adscrita al MBS, ha planteado a partir del año 1990, una serie de líneas estratégicas hacia la juventud que comprenden acciones de investigación, de capacita-

ción para el empleo, de utilización constructiva del tiempo libre, de prevención del uso de drogas y su correspondiente rehabilitación. La DNJ ha implementado los siguientes programas:

1. Programa de Capacitación Técnica para funcionarios que trabajan con jóvenes.
2. Programa de Empleo, que prevé la promoción de empleos alternativos y la asesoría para micro-proyectos.
3. Programa de Promoción y fortalecimiento de las Organizaciones Juveniles.
4. Programa de Investigación de la Problemática Juvenil.
5. Programa para el uso constructivo del tiempo libre, en los ámbitos del arte, cultura, deporte y recreación, la ecología.
6. Programa de Voluntariado Juvenil.
7. Programa de Comunicación y Difusión.
8. Programa de Cooperación Internacional.

La DNJ, además realizó la “Investigación sobre la situación socio-económica y expectativas generacionales de los adolescentes y jóvenes ecuatorianos, una visión panorámica”, y redactó el “Plan Nacional de Acción con la Juventud”, ambas acciones son de 1996.

Investigación sobre la situación socio-económica y expectativas

De la serie de datos estadísticos contenidos en la investigación podemos destacar los siguientes:

- En relación al tiempo libre y la recreación, la mayor dedicación es hacia el deporte en un 30.8%; ver la televisión 21.1%; permanecer en casa 20.3%; actividades artísticas 9.6%; lectura 8.9%; y permanecer en la calle 7.7%.
- La actitud de los jóvenes hacia su padre, madre y hermanos es normalmente positiva. Sin embargo, se teme más al padre que a la madre; temor que va acompañado de indiferencia y desprecio.
- En cuanto a organización social y participación, 32.9% no pertenece a ninguna organización. Del resto, la mayoría pertenece a agrupaciones deportivas; el 14.5% a organizaciones religiosas y menos

del 1% a pandillas, organizaciones sindicales, ecologistas, políticas y éticas.

- En relación a las expectativas futuras sobre las condiciones de vida, el 70.1% piensa que mejorarán, mientras que un 19.3% dice no haber pensado en el tema. La mayoría de los encuestados, para la construcción del futuro dice confiar en: sus propias capacidades 71.1%; la familia 68.4%; las instituciones educativas 23.3%; el último lugar de la confianza están las ONG's con el 2.0%.
- En lo profesional el 36.4% espera tener algún título; y el 37.2% continuará en formación.
- En cuanto a situación laboral el 56.5% de los encuestados cree que dentro de cinco años estará trabajando.
- Los jóvenes consideran que necesitan orientación en lo referente a educación 28.5%, formación profesional 23.3%; salud 13.8%; sexualidad 10.6%.
- Los temas que interesan a los jóvenes en su mayoría pertenecen al campo de la educación. La sexualidad despierta más interés en áreas rurales 17.83% que en las urbanas 15.2%.
- La orientación esperan recibirla primero de sus padres 67.7%; luego de profesionales 36.3% y finalmente de los maestros 29.3%.
- Las obligaciones con el país consideradas más importantes son: trabajar 31.5%; cuidar el medio ambiente 28.7%; el servicio militar 22.6%; pagar impuestos 13.6%.
- Los derechos considerados más importantes son: la libertad 56.5%; educación 55.1%, trabajo 47.1%, salud 43.8%.
- Los jóvenes consideran positivo del país su ambiente natural 46.2%, su cultura 41.16%, trabajo 37.51%, teniendo la política la valoración más baja 16.90%.
- Entre las cosas necesarias de cambiar la mayoría apunta a la corrupción 68.46%, siguen los políticos 52.21%, las condiciones de vida y el gobierno 49% y 48.11 respectivamente.
- Hay un 38% de jóvenes que desea migrar; este deseo es mayor en los hombres que en las mujeres y en el grupo de edad comprendido entre 15 y 19 años; la preferencia es para Norteamérica con el 53%.
- En relación a las fuentes de información la televisión ocupa el primer lugar, seguido pero muy por debajo por la radio. Los amigos representan el 6.8%, porcentaje casi igual al de los libros 7.9%.

Plan Nacional de Acción con la Juventud

Este identifica a los ámbitos prioritarios de intervención para elevar la capacidad de gestión del estado y las organizaciones de la sociedad civil que actúan directa o indirectamente con y/o para la juventud.

Señala el debilitamiento de las políticas sociales que afecta a los grupos más débiles y, entre ellos, en especial a los jóvenes; la falta de estrategias para tratar sus problemas como grupo social específico y diferenciado.

Ubica a la juventud como una etapa de transición hacia la adultez en la cual se configura un perfil en términos de capacidades y actitudes ante la vida. En la juventud se construyen valores, concepciones, proyectos de vida y se asumen compromisos frente a la sociedad.

Indica que los programas y las acciones hacia los jóvenes son dispersos y débiles; actúan sobre las consecuencias y no sobre las causas; no se generan políticas desde el estado y la sociedad civil para desarrollar proyectos pertinentes hacia la juventud. Es así que la Política Nacional de Juventud se mueve en dos ámbitos problemáticos: la gestión institucional y las insatisfacciones de las necesidades de la realidad adolescente y juvenil. Sus lineamientos son organizar las capacidades y optimizar los recursos estatales y de la sociedad civil para intervenir en las causas que determinan los problemas de la juventud. La intención es entonces la de convertirse en un instrumento de orientación de posibles acciones gubernamentales y no gubernamentales.

La Política Nacional de Juventud tiene el objetivo general de armonizar la acción del estado y de la sociedad civil para integrar a la juventud a los procesos de transformación económica, social, cultural que a emprendido el país. Todo ello, a través de estrategias, que busquen la participación de los jóvenes, la legitimación de sus espacios, la descentralización de su gestión. A las ONG's se le asigna las tareas a implementarse en los ámbitos de la educación, capacitación, investigación y organización de los jóvenes. Otra estrategia es incorporar el tema jóvenes en las agendas políticas.

Finalmente el Plan propone la creación del Instituto Nacional de la Juventud que debería tener autonomía administrativa, financiera, y política. Su estructura estaría compuesta por el Estado a través de un representante del presidente y de algunos ministerios y, por la sociedad civil, a través de ONG's.

Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos

En la oficina de colocación laboral, entidad adscrita a la Sub-Secretaría del Litoral desempeña se constató que no se tienen datos que refieran a los jóvenes como fuerza laboral específica. Lo único que proporciona la oficina son charlas de orientación para el trabajo.

Tomando como referencia los tres primeros meses de 1998, la mayoría de personas que acuden a la Oficina de Colocación Laboral (79.8%) tienen entre 16 y 29 años, y el 20.2% son mayores de 29 años.

Programa Del Muchacho Trabajador Del Banco Central

Esta organización lleva adelante dos proyectos: “Construyendo un Sueño” y “Construyendo Nuestro Futuro”.

Proyecto “Construyendo un sueño”

El objetivo general del Proyecto es contribuir a mejorar la calidad de vida de los jóvenes que viven en sectores marginales buscando optimizar sus capacidades y competencias en el mundo laboral. De ahí se desprende un conjunto de objetivos específicos que son: Desarrollar un programa pedagógico formativo; Apoyar a los jóvenes en la implementación de un Centro de Información; Promover el reconocimiento social de los jóvenes a través de la producción de materiales y programas de comunicación y difusión; Promover la formación de ciudadanos a partir de la implementación de actividades comunitarias.

Se pueden destacar algunas acciones:

- Se constituyeron cuatro clubes juveniles en las áreas donde opera Plan Internacional (Guasmo y Suburbios) así como se fortalecieron otros cuatro clubes juveniles ya existentes en los sectores de Mapasingue y Paraíso que dan un total de 8 clubes que agrupan a 136 miembros de los cuales 48.5% son mujeres y el 51.4% son hombres.
- Se realizaron talleres de auto-estima en los cuales, además, se abordaron temas que van desde la violencia hasta la sexualidad.

- También se han planteado actividades lúdicas como campamentos y festivales, videos foros que han tenido niveles muy altos de participación.
- Se han desarrollado jornadas de participación masiva en mesas redondas y debates en cada club.
- Se ha equipado un centro de información el cual cuenta ya con 2 computadoras, 2 televisores, 2 videocasetes y una biblioteca con 1000 títulos donados por el Banco Central.

El proyecto cuenta finalmente con un programa de radio llamado “Dato Plenísimo”, que se trasmite 2 veces al mes desde hace tres años, que cautiva el interés de los jóvenes para producir programas en este medio de comunicación.

Proyecto “Construyendo Nuestro Futuro”

Tiene como objetivo general, lograr la inserción laboral y social de jóvenes de sectores urbano marginales de Guayaquil. Este objetivo se articula en dos grandes componentes: la formación ciudadana y la empresarial. A nivel de formación ciudadana existen dos ejes, la identidad cultural y la educación para la democracia. A nivel de formación empresarial se imparten los siete hábitos de Covey que componen la estrategia japonesa para el estudio de mercado. La finalidad de esta formación empresarial es la de que el joven cuente con los instrumentos necesarios para diseñar y manejar su propia empresa y así poder insertarse competitivamente en el mercado laboral.

Entre los logros obtenidos por este proyecto podemos anotar, en el plano formativo, el aumento de análisis y reacción de los jóvenes frente a hechos que atentan a sus derechos, como también la creación de liderazgo juvenil y de espacios en donde el joven se siente protagonista. En el plano empresarial, se pueden señalar como logros la obtención de una mirada crítica al consumo y al mercado, desde el momento en que están capacitados de crear estrategias para competir en ellos. Además de las cinco unidades de negocios que inicialmente fueron planificadas en el proyecto, se pudieron poner en marcha hasta trece de ellas, demostrando así el éxito del proyecto.

Secretaría Técnica del Frente Social

Esta diseña sus políticas sobre juventud en base al Primer Informe Oficial de la Aplicación de la Convención sobre los derechos del niño en el Ecuador de mayo 1996; y al Plan Nacional de Desarrollo Social del Ecuador 1996-2005.

De manera significativa, la mencionada Convención no distingue entre el niño y el joven en sus definiciones: “se entiende por niño todo ser humano menor de 18 años de edad, salvo que en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad”. Sin embargo, el informe sobre la Convención aclara que en el contexto cultural ecuatoriano el límite de la infancia está marcado por la pubertad y no por el límite de los 18 años de edad, manifestando, así, que la definición de niño establecida por la convención resulta poco práctica por las marcadas diferencias que existen en términos de supervivencia, desarrollo, protección y participación entre niños y niñas por un lado y adolescentes por el otro. A nivel nacional estas diferencias no han sido consideradas en la definición de políticas programas y proyectos con la consecuencia de haber creado un serio vacío respecto a la atención a los adolescentes.

En el campo de las reformas legales el Informe ha propuesto que sean considerados ciudadanos todos los ecuatorianos con los mismos derechos y obligaciones excluyendo las prerrogativas de elegir o ser elegido que son reservadas a los mayores de los 18 años.

Por su parte el Plan Nacional de Desarrollo Social 1996 – 2005 en su parte relativa a Políticas para la Juventud, expresa los propósitos de favorecer la existencia de un período juvenil útil y gratificante para todos los individuos de la sociedad, en especial para aquellos que se encuentran en condiciones de pobreza, para poder disfrutar plenamente de tiempo de juventud y para poder realizar exitosamente la transición a la vida adulta y de ahí asumir los roles de trabajadores y forjadores de familias y ciudadanos. Se proponen políticas en 3 ámbitos: En la educación se busca enfrentar los problemas relativos al acceso, permanencia, deserción, calidad y eficiencia de los alumnos y optimizar la relación con el mundo del trabajo. En las políticas de empleo se trata de orientar a los jóvenes hacia la facilitación del acceso al mercado laboral. En el plano de la salud se busca incrementar los servicios accesibles a los jóvenes,

reconocerles el derecho a la salud, promover la educación sexual y legislar para proteger a los jóvenes de las adicciones a las drogas.

En cuanto a las Políticas de Participación e Institucionalidad Pública, se busca promover la participación política y comunitaria del joven para llegar a convertir los ámbitos de la escuela, de la comunidad, y de los barrios, en espacios de promoción y participación ciudadanas. También se intenta fortalecer el asociacionismo juvenil existente e incentivar la creación de agrupaciones nuevas con énfasis en el ámbito local.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Lo que tienen disponible es el 5° Censo de Población y 4° de Vivienda del año 1990. Según los datos contenidos en este estudio, Guayaquil tiene 1'508.444 habitantes, de los cuales 312.779 - el 20.7 % - corresponden a la población comprendida entre los 15 y los 24 años. El mismo censo establece que el 65.2% de los jóvenes entre 15 y 19 años asiste a establecimientos de enseñanza regular, mientras que en el rango de 20 a 24 años asiste sólo el 32.1%.

Según proyecciones para el año 2.000 el número de jóvenes de edad comprendida entre 15 y 24 años será alrededor de 670.000 en la provincia del Guayas, es decir, que se duplicara con respecto al dato relativo al censo de 1990.

Por otra parte, de acuerdo al Anuario de Estadísticas Vitales, Nacimientos y Defunciones de 1996, sobre un total de 52.300 defunciones el 5.9% corresponden a jóvenes en edades comprendidas entre los 15 y los 24 años. Dejando de lado las causas correspondientes a enfermedades y tomando en cuenta aquellas de accidentes, drogas, suicidios y homicidios, tenemos que el 18.9% de los varones fallecidos en algún tipo de accidentes están en el grupo de 15 a 24 años; en el caso de las mujeres el porcentaje baja al 12.4%. Los varones del mismo grupo de edad fallecidos a causa de "drogas y medicamentos que causan efectos adversos en su uso terapéutico" son el 11.1%, mientras que las mujeres la cifra sube al 29%. Por suicidio mueren 126 varones en el grupo de edad considerado sobre un total de 396 muertes por esta causa, lo que representa un 31.8%, mientras que en las mujeres la cifra sube al 51.8% siendo el número de 102 sobre un total de 197. Por causa de homicidio el

porcentaje de varones entre lo 15 a 24 años es el 26.6% del total de casos que es 1.780, mientras que en las mujeres es del orden del 25.6% sobre 234 casos.

Fuerzas de Seguridad del Estado

En el caso del Ejército nos basaremos por un lado en dos artículos aparecidos a mediados de los años noventa que se ocupan en algo de la temática juvenil y por el otro, en una entrevista al coronel Rivera, miembro de la II Zona Militar. En el caso de la Policía Nacional, nos basaremos en la entrevista a la jefa de la Brigada de Menores del Guayas y en un tríptico divulgativo de la DINAPEN.

Para los jefes militares el joven es la víctima más vulnerable de la descomposición familiar y de la situación de marginalidad y pobreza, de la desatención de los gobiernos hacia él, a sí como de la subversión antidemocrática. Todo ello hace percibir una pérdida de valores en la juventud, aunque por otro lado los jóvenes son descritos como idealistas. De ahí que para los militares existan dos caminos posibles para la juventud: la violencia o la superación. Según los miembros de las Fuerzas Armadas el ejército a logrado superar el distanciamiento histórico entre ellos con la juventud causado por la estrategia del marxismo impulsando, dentro de las líneas estratégicas para la integración de la población juvenil la defensa nacional, la formación educativa y militar de los jóvenes. Para cumplir con este objetivo se han implementado centros de educación escolar, secundarios, técnicos y superiores, en donde, aparte de los contenidos propiamente académicos, se intentan inculcar los valores militares, educar sobre cómo emplear positivamente el tiempo libre y cómo tener una actitud respetuosa hacia el medio ambiente.

Otro espacio creado para los estudiantes es el del entrenamiento paramilitar de los fines de semana, llamado instrucción militar estudiantil voluntaria, para integrar a las Fuerzas de Cooperación Cívica junto con las Fuerzas de Resistencia.

A través de un convenio con el MEC (Ministerio de Educación y Cultura) se ha formalizado para los jóvenes de 5to y 6to curso de colegio, algunas alternativas al tradicional trabajo monográfico, y entre ellas, la instrucción militar, la cual está orientada predominantemente hacia la defensa nacional, pero también incluye defensa civil, forma-

ción de líderes y conservación del medio ambiente. En Guayaquil hay un gran número de estudiantes que optan por este servicio. Debido a la limitación de instructores militares no puede ser atendida toda esta demanda estudiantil, por ello, la institución militar opera una selección. La proporción de hombres/ mujeres es 60% / 40%. De la totalidad de los estudiantes que llegan a participar de la instrucción militar la gran mayoría son de estrato bajo y de clase media, siendo nula la participación de estudiantes de clase alta.

Para la Brigada de Menores de la Policía Nacional, los jóvenes son sujetos de prevención, la misma que se realiza por medio de patrullajes tendiente a evitar las acciones de los pandilleros. La Brigada se ocupa de aquellos jóvenes en edad comprendida entre los 14 y 17 años. La Brigada tiene a su cargo el Hogar de Tránsito en donde el año 1997 hubo un promedio mensual de 170 menores aislados. Las causas de mayor incidencia que determinan el aislamiento son el robo y el asalto seguido por la pertenencia a pandillas o la tenencia de armas; el asesinato es poco significativo.

A finales de 1997 se creó la Dirección Nacional de Policía Especializada en Niños /as y Adolescentes, como una instancia técnico-administrativa, encargada de promover las acciones de prevención, intervención e investigación de situaciones de riesgo o violación de los derechos de este sector poblacional.

Finalmente la DINAPEN cuenta con un manual de procedimiento donde se detallan las formas de actuación en caso de violación de algunos de los derechos de los niños.

G. DE LOS SABERES DE LOS ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES

La sociedad civil supone un vasto abanico de espacios e instituciones que van desde las ONG's que hacen un trabajo especial con jóvenes hasta instituciones religiosas, políticas, educativas, deportivas, de difusión del arte, colegios de profesionales, organizaciones gremiales.

En el año 1995 la Dirección Nacional de Juventud hizo un censo nacional llamado *Censo de Organizaciones que trabajan con Jóvenes*, entre las que constan también, organizaciones gubernamentales. De

acuerdo a este Censo, existen 39 organizaciones en Guayaquil, de las cuales 13 específicamente son de o para jóvenes. El resto son:

- a. De tipo *empresarial* (Cemento Nacional, Filanbanco, Fundación Leonidas Ortega) que además de ocuparse de otros segmentos de la población brinda capacitación laboral, educación y programas recreativos-culturales a jóvenes.
- b. De *voluntariado* (Cruz Roja Juvenil, Boys Scouts, Socorrismo).
- c. *Gubernamentales* (PMT, Nuevo Rumbo Cultural del MEC), que ofrecen programas de salud, educación, recreativos, técnicos para jóvenes.
- d. De *mujeres* (CEPAM, María Guare y otras) que llevan adelante proyectos de asesoría legal, empleo, educación, recreación dirigidos a mujeres de todas las edades incluyendo a las jóvenes.
- e. *Religiosas* de diversa índole (Mov. Juvenil Cristo Liberador, Juventud Estudiantil Católica, SERPAJ, IRFEYAL, Fundación Crecer, Fundación Padre Antonio Amador de Chicos de la Calle), que ofrecen programas educativos, de activismo en causas sociales, de salud, de recreación y de formación religiosa.
- f. De *atención a personas con discapacidades* (FASINARM, CAENA), que proveen servicios educativos y laborales a población de diversa edad incluyendo a los jóvenes.
- g. De *programas sociales amplios* (Fundación Eugenio Espejo, Fundación Huancavilca) para población de sectores populares, la misma que incluye población joven.

Este censo no recoge otras organizaciones por no tener proyectos concretos con jóvenes, como es el caso de los partidos políticos o de espacios artísticos, de los cuales, de todas maneras damos cuenta en este informe.

En lo concerniente a las organizaciones no gubernamentales podemos distinguir instituciones que trabajan exclusivamente con jóvenes y otras para las cuales el “tema joven” está junto con otros campos de interés.

ONG's dirigidas a jóvenes

Fundación Nuestro Jóvenes

Opera en Quito desde 1982. La Fundación intentó actuar también en Guayaquil a través del servicio telefónico INFORMA-T entre 1989 y 1993, que consistía en responder cualquier demanda de información de los jóvenes y al mismo tiempo llevaba un registro de las características de los que llamaban. La FNJ ya no trabaja en Guayaquil.

En 1990 la FNJ realizó un estudio llamado “juventud urbana”. Fue una investigación cualitativa con entrevistas a profundidad a 35 jóvenes entre 15 y 24 años de Ibarra, Quito, Guayaquil, Cuenca y Portoviejo de clase media y media baja que asisten a colegios y universidades. También se entrevistaron a 50 adultos para poder comparar sus respuestas con las respuestas de los jóvenes. Los temas tratados fueron:

- Visión general de los jóvenes a partir de sus auto-representaciones
- Criterios de los jóvenes respecto a la familia.
- Sexualidad
- Drogas.

Los investigadores plantean que la juventud no es una realidad definida crono-biológicamente sino psico-socialmente. En el tiempo de la juventud, el joven domina un mundo más imaginario que real. La construcción de la identidad juvenil se da a partir de la puesta en crisis de las propuestas de la sociedad adulta; los jóvenes reclaman nuevas maneras de pensar, nuevos valores y creencias.

Del estudio se infiere que en los adultos predomina una imagen negativa de los jóvenes, que no logran entender que los jóvenes buscan en la música, en la moda, nuevas formas de expresión para crear nuevos modelos de vivir y sentir.

Los jóvenes ven a la familia como el espacio que los constituye como individuos, pero también como el lugar donde existe una tensión entre la libertad y la sumisión. Critican la resistencia de sus familias a los cambios. Ven a los adultos como poco sinceros y manipuladores frente a sus deseos y vivencias.

En cuanto a la sexualidad, esta, aparece como más libre entre los varones, siendo una forma de manifestar su virilidad. Las mujeres condicionan más su conducta sexual en base a criterios de la familia y la sociedad.

Los adultos expresaron posiciones moralistas y de rechazo frente a la homosexualidad y el aborto. Para los varones jóvenes la homosexualidad es un fantasma, aunque no la condenan. Para las mujeres jóvenes es un problema típicamente masculino. En cuanto al aborto hay un discurso de rechazo entre los jóvenes.

El consumo de las drogas es considerado por los jóvenes como una salida a la frustración, a la miseria, y a los problemas familiares. También es visto como una búsqueda de un espacio propio de placer.

Los adultos tienen, en cambio, un discurso condenatorio frente a las drogas, que apunta a erradicar el problema y no a comprenderlo. Atribuyen el uso de drogas a la influencia negativa de “malas compañías”.

La FNJ editó la revista *Sociedad, Juventud y Droga* desde 1989 pero no tenemos información hasta cuando se publicó. Esta revista, tal como es expresado en el editorial del primer número, tenía el objetivo propio de la Fundación, de prevenir el uso indebido de drogas.

Se analizaron 3 ejemplares de la revista. El primer número contiene un análisis de la legislación ecuatoriana en cuanto al tema de la droga y una propuesta de anteproyecto de ley de sustancias estupefacientes y psicotrópicas. El segundo número reseña en detalle una encuesta epidemiológica sobre prevalencia del consumo de drogas en hogares ecuatorianos realizada en 1988. Presenta datos sobre consumos de las diferentes drogas según edad, región, nivel socioeconómico, sexo, ocupación y nivel de educación.

El estudio también arrojó datos sobre edad del primer consumo, su frecuencia, los problemas relacionados a ello, grado de aprobación, facilidad para conseguir la droga, y contacto con otros consumidores. El tercer ejemplar cumple un análisis minucioso de la relación entre el tráfico de cocaína y las economías y sistemas políticos y jurídicos de los países andinos.

Desde 1996 la FNJ empezó a publicar otra revista llamada “Sin límites”, que se auto-define como “revista de la red jóvenes 2000”. Está concebida para que haya un protagonismo directo de los jóvenes pertenecientes a colegios de diferentes ciudades del país. Recoge reporta-

jes, entrevistas y artículos realizados por los propios jóvenes. Aborda temas de interés peculiar para los jóvenes como la música, la sexualidad, las drogas, el futuro laboral, los espacios educativos, la ecología, la violencia, tratados desde la perspectiva misma de los jóvenes, desde sus inquietudes, sus experiencias y puntos de vista. La revista pone a disposición de los jóvenes que quieren participar en ella unos profesionales para que reciban ayuda para escribir los reportajes y para debatir los temas de mayor interés. La revista se elabora en Quito y tiene un tiraje de 3.000 ejemplares.

Fundación Casa de La Juventud

Su base de trabajo es Guayaquil. Entre sus acciones, se destaca el “Proyecto alternativo juvenil”, para llevarlo a la Asamblea Ecuatoriana por los Derechos de los Jóvenes. Este proyecto incluyó un estudio en un barrio marginal de Guayaquil sobre las pandillas.

Lo rescatable del trabajo son los datos sobre características de las pandillas y las visiones que imperan sobre ellas y los jóvenes que las conforman. En el anexo hay citas de frases dichas por jóvenes, adultos y pandilleros que ilustran de forma interesante cómo son vistos cada uno. Esas frases recogen parte de la heterogeneidad de visiones que hay en la sociedad sobre los jóvenes, como por ejemplo, son peligrosos, guiados solo por pasiones, acosados por la ley y los adultos, en búsqueda de goce y de encuentro con iguales, como también se los ve atravesados por situaciones extremas en las que el goce y el dolor van de la mano: muerte, violencia, amor, rupturas, maltrato, solidaridad. A continuación se resumen algunos datos:

- Del estudio emerge que los adultos ven al joven como: incapaz, ocioso, sin responsabilidad, sin conocimiento, sin civismo, sin urbanidad, sin personalidad. Se afirma: “el joven tiene que someterse a la autoridad porque no es dueño de nada”, “no piensa”, “no es nadie”, “distorsiona todo por rebeldía”. Los entrevistados adultos llegan a definir las pasiones juveniles como el veneno de la sociedad.
- A las pandillas se las considera como una realidad ajena a la mayoría de los jóvenes; los pandilleros son delincuentes, peligrosos; son chicos vagos de la calle, tienen un jefe y apodos; son cobardes para

enfrentar sus problemas, son parásitos. La pandilla es una lacra, conduce a otros inocentes a la muerte, vagan de esquina en esquina violando y peleando, no cambiarán jamás.

- Se describe a las pandillas como conformada por jóvenes entre 13 y 18 años aún cuando pueden encontrarse niños de 8 años y chicos de 22. Actúan por las noches, y sus lugares de concentración son las esquinas que toman para ejercer sus dominios. No tienen ninguna ideología, se mueven de forma eminentemente subjetiva, son violentos, y destructivos. Rechazan toda forma de control social por ser naturalmente rebeldes; En la pandilla se infunde a sus integrantes seguridad y bienestar a través de la solidaridad entre ellos. Hay un jefe y 2 o 3 que lo suceden en orden de reconocimiento según el respeto ganado.
- En las pandillas no hay niveles de decisión claramente establecidos. La acción a emprender se decide por consenso; las tareas prácticas para cumplir la acción acordada las decide el jefe. Cada uno decide sobre su vestimenta y apodo. Se menciona que su vestimenta sigue modelos que vienen del exterior. Sus enemigos son otras pandillas y la policía. Los bailes son momentos para divertirse y consolidar supremacía sobre otras pandillas y recordar integrantes muertos. Las pandillas se financian a través de los pocos miembros que trabajan, piden dinero a la gente de su sector o roban. Se señala como rasgo positivo la solidaridad y como negativo su incapacidad para concertar y para convivir pacíficamente con los otros.
- Los autores sostienen que las pandillas cuestionan la funcionalidad de la familia, organizaciones populares y la del estado. Cuestionan la capacidad que han tenido organizaciones populares de dar respuesta y cabida al joven y señalan que estas deben readecuarse para incorporar la temática juvenil.
- El documento hace un llamado a los jóvenes en general para que convoquen a todo tipo de organización juvenil, incluyendo a las pandillas. Se indica que los jóvenes deben crecer organizativamente para dialogar, concertar, mediar, negociar con el Estado y sugiere que si esto no resulta se debe entonces pasar a la confrontación directa. El estudio propone “llevar un mínimo de cultura a los jóvenes del sector popular” a través de las “misiones de cultura básica popular juvenil” cuyos fines serían:

- a) Difundir respeto a nuestras raíces indias, negras y mestizas.
- b) Educar en valores cívicos y comunitarios al joven enseñándole sus derechos y deberes.
- c) Estimular su participación política ubicándolo en el contexto histórico-político del momento.
- d) Promover entre jóvenes la “Asamblea Ecuatoriana de los derechos de los jóvenes”
- e) Construir de centros que sean espacios de recreación, discusión, concertación, negociación y mediación juvenil
- f) Fortalecer personalidad y criterio asociativo del joven.
- g) Enseñarles juegos deportivos y diversiones que “amplíen su horizonte psicológico”. Oficializar sus formas de diversión y sus espacios de intercambio cultural para estimular su creatividad.
- h) Recoger más información sobre jóvenes desde puntos de vista económicos, cultural y político, renovando esta información constantemente y ponerla a disposición de las organizaciones juveniles.

Corporacion Juvenil De Lideres Emprendedores (CORJULIEM)

Se creó en 1997, como resultado de los cursos sobre desarrollo profesional (orientado a la búsqueda de empleo) que la fundación Huancavilca realizó.

El propósito de la Corporación es formar líderes juveniles. Se han implementado varios proyectos de carácter productivo. En CORJULIEM participan 40 jóvenes entre 17 y 27 años (según el estatuto interno se define joven toda persona hasta 35 años).

Asociacion “Colectivo Para El Desarrollo De Alternativas Humanas”

Tiene un proyecto en Guayaquil de educación sexual que se realiza en 4 colegios con jóvenes entre 15 y 19 años. Busca prevenir enfermedades como el SIDA y proporcionar un “proyecto de vida” a los jóvenes de hoy, a quienes se los ve como sin referentes, desencantados, incrédulos y a veces nihilistas. El proyecto implementa una metodología

de educación entre iguales (de joven a joven) y promueven la creación de clubes de la sexualidad donde se hace énfasis en lo afectivo, en lo vivencial y en lo actitudinal. Lamentablemente el Proyecto no ha encontrado acogida por parte de los colegios. En este sentido se está pensando reorientar su acción a grupos juveniles barriales y redefinir el enfoque de la sexualidad hacia una perspectiva más cultural.

ONG's con varias líneas de acción, siendo una de ellas los jóvenes

CEFOCINE

Es una organización con base en Quito y con sede también en Guayaquil donde se está desarrollando un proyecto con el Movimiento Juvenil Salesiano Femenino que tiene como estrategia metodológica el que los jóvenes capaciten a otros jóvenes usando medios audiovisuales. Los videos tratan temas relacionados con las pandillas, las drogas, la familia, la amistad. La organización también lleva adelante un proyecto de capacitación para producir videos en colegios para luego difundirlos. En su primera experiencia les costó mucho involucrar a los colegios. En 1995 hicieron el 1º festival de vídeo colegial. De todos los colegios contactados, solo ocho participaron: cuatro particulares y cuatro fiscales.

En una entrevista al director de Cefocine éste manifiesta que los jóvenes son deseosos de que su identidad sea reconocida. Señala que existe un conflicto de poder entre jóvenes y adultos. Al mismo tiempo cree que aunque los jóvenes critican ciertas actitudes de los adultos, muchas veces reproducen esas mismas actitudes.

Una de las integrantes de Cefocine señaló que como producto de su trabajo en los barrios ha podido conocer un poco más de cerca las pandillas. Estas, según ella, tienden a agruparse en varias pandillas de un mismo sector, formando, así, lo que se denomina "naciones". Estas se enfrentan a otras naciones de otros barrios de la ciudad. Cuando va a haber enfrentamientos, las naciones se convocan mutuamente a través de luces de bengala.

Según esta misma persona, muchas veces los jóvenes entran a formar parte de las pandillas para encontrar ahí un espacio de protección, no tanto porque les guste. El pertenecer a una de ellas, significa es-

tar defendido de otras. Los pandilleros se burlan de los chicos que andan en actividades religiosas, comunitarias o de capacitación.

Normalmente los integrantes de pandillas tienen entre 13 y 18 aunque hay unas que tienen entre sus miembros a niños de 8 y 10 años. Otras veces, pueden haber miembros de 25 años. Ser integrante de una pandilla se traduce en varias gratificaciones:

- Identidad (un rol y tareas definidas dentro del grupo)
- Le da sentido a su vida.
- Llena su tiempo libre.
- Se divierte.
- Tiene compañía, amistad, respeto de los otros.
- Tiene libertad de hacer cosas que normalmente son prohibidas a otros chicos (sexo, drogas)

Muchos pandilleros comienzan a robar cuando tienen hijos, por la necesidad de mantenerlos. Las mujeres cuando son novias de algún pandillero son intocables, pero dejan de serlo cuando ya no mantienen relación con ninguno de ellos, pasando a ser objeto sexual de todos los demás miembros de la pandilla.

Comité Permanente Por La Defensa De Los Derechos Humanos

Con base en Guayaquil, tiene un proyecto llamado “derechos en el aula”. A consecuencia del toque de queda para los menores decretado por el gobierno, el comité propone la “creación de espacios terapéuticos comunitarios” para los niños trabajadores y de la calle.

Fundacion Probosque

Es una ONG de Guayaquil. Desarrolló un proyecto de reforestación del bosque protector Cerro Blanco de Guayaquil entre 1993 y 1997. Este proyecto contó con la participación de algunos colegios de Guayaquil. La experiencia del trabajo fue recogida en un documento que reporta los resultados obtenidos, pero no los cambios de actitud de los jóvenes frente a la naturaleza. Sin embargo, la fundación quiere re-

saltar la importancia de incidir en la juventud para desarrollar una actitud de protección del medio ambiente.

CEPAR

Es una ONG de Quito que se dedica a la investigación demográfica y del comportamiento reproductivo de la población, siendo su objetivo el de contribuir a un mejor control de la natalidad. Realiza estudios y edita publicaciones regulares sobre temas poblacionales. En 1988 aparece su primer estudio con jóvenes: una encuesta en Quito y Guayaquil entre jóvenes de 15 a 24 años de ambos sexos para explorar el conocimiento y las opiniones entorno a la sexualidad y a la salud reproductiva.

Posteriormente el CEPAR aprovechando una encuesta nacional sobre sexualidad y reproducción en las mujeres, efectuó un nuevo análisis del cual se obtiene estos datos específicos:

- El 17.5% de adolescentes estaban embarazadas o ya eran madres al momento de la encuesta. De ese grupo hay un mayor número de adolescentes embarazadas que son de áreas rurales y con bajos niveles educativos.
- El 23.2% había tenido ya relaciones sexuales, de esas un 15.9% fueron pre-maritales y 7.3% entre casadas o unidas. El porcentaje disminuye a medida que disminuye la edad. Solo un 3.86% uso anti-conceptivo durante la primera relación sexual.

Fundación Eugenio Espejo

Realizó un seminario llamado “Juventud popular guayaquileña” para el personal de UNICEF, de la Dirección Provincial de Educación y de la Dirección Provincial de Salud del Guayas. Los 3 temas que se trataron fueron: Juventud urbana, autoestima y métodos para replicar el taller con jóvenes. Para ese seminario elaboró un cuaderno de trabajo que contenía los resultados de unas investigaciones realizadas en algunas ciudades de la costa con exclusión de Guayaquil (“La cultura sexual de los adolescentes”, 1993, Logosconsul/UNFPA) y (“Las pandillas

juveniles, una aproximación etnográfica”, Xavier Andrade, FNJ, 1990) sobre diversos aspectos: sexualidad, consumo de drogas, pandillas, lo que es ser hombre y mujer, autoestima, los amigos, consumo de medios y bienes culturales, el trabajo, política. En todo el documento se combinan datos estadísticos con reportes testimoniales alrededor de estos diversos aspectos.

INNFA

Es una organización de estatuto “híbrido” porque legalmente es no Gubernamental, sin embargo se financia principalmente con fondos del Estado. Su sede principal es Quito y ahí se definen las líneas de acción y la naturaleza de los programas. Provee atención a la infancia y jóvenes, pero sin que haya una distinción clara entre estos dos grupos poblacionales.

Finalmente la fundación ESQUEL, con sede en Quito, mantiene programas con jóvenes y ha realizado investigaciones sobre ellos, pero esa a información no se ha podido tener acceso.

H. DE LOS SABERES DE LAS INSTITUCIONES RELIGIOSAS

Iglesia Católica

La Conferencia Episcopal ecuatoriana, en 1991 elaboró un documento preparatorio a la reunión de Santo Domingo, en donde evalúa el trabajo de la iglesia ecuatoriana con los jóvenes. Se señala como positivo el que siguiendo el mandato de Puebla se hayan desarrollado las pastorales juveniles en diócesis y colegios católicos, que haya proliferación de grupos juveniles en barrios y colegios y que los jóvenes hayan asumido liderazgos, participen en encuentros, convivencias, reflexiones, misiones y compromisos comunitarios y que haya incrementado las vocaciones religiosas entre ellos. Sin embargo se reconoce que aún no todos los colegios, diócesis y parroquias hacen trabajo con jóvenes, y que falta más constancia y pertinencia en ese trabajo (pags. 98 y 99).

En una entrevista con una religiosa encargada de la pastoral juvenil del colegio “La Asunción”, se menciona que todos los colegios ca-

tólicos hacen algún tipo de trabajo de formación con jóvenes; hay convivencias, retiros, espacios de reflexión. En todos se promueve la formación de grupos juveniles para que adquieran alguna forma de compromiso de trabajo a favor de los pobres, sea alfabetizando, nivelando niños, catequizando, ayudando en algún dispensario médico, visitando hospitales, etc.

Los colegios católicos como la Asunción, María Auxiliadora, Mercedarias, Inmaculada, Santo Domingo de Guzmán, Santa Mariana de Jesús, Cristóbal Colón, Xavier, San José atienden a jóvenes de clase media-baja, otros a media típica y otros a media-alta.

Un problema común de la mayoría de los jóvenes es cuando salen del colegio no encuentran, a nivel universitario, el mismo espacio de meditación y compromiso social. En el caso de la Asunción, se mantiene el contacto con ex – alumnas, que han constituido las mismas que tienen grupos de reflexión. Igual cosa sucede con los ex - alumnos del colegio Javier que son chicos que participan en distintas acciones dentro de las misiones del colegio, como la de la Fundación Madre Dolorosa, que provee diversos servicios a sectores populares. Hay el movimiento Schonstatt que además de trabajar con familias, tiene una acción dirigida a jóvenes y es tal vez el único que hacen trabajo en el ámbito universitario.

A nivel del arzobispado de Guayaquil hay un sacerdote responsable de la pastoral juvenil, el padre Agila. Este promueve las convivencias vocacionales en las que se dan a conocer a los jóvenes las diferentes congregaciones que existen para que aquellos que tienen interés en la vida religiosa sepan las diferentes opciones. También organizan peregrinaciones a santuarios.

Hay grupos juveniles en las diferentes parroquias. Casi todas las parroquias tienen grupos juveniles. Generalmente tienen reuniones semanales donde leen y reflexionan la Biblia y hay algún tipo de activismo en lo que es catequesis o ayudando en las preparaciones de las misas. En ciertas parroquias se les da charlas a los jóvenes sobre temas relativos a los sacramentos o la amistad, las drogas, etc. En algunas adineradas, los jóvenes participan en actividades relacionadas a las colectas para donaciones u otras formas de ayuda a sectores populares.

Iglesia Evangélica

A partir de una entrevista con un joven, activo dentro de su iglesia, se pudo saber que los evangélicos tienen un trabajo específico con jóvenes (18 a 34 años) y adolescentes (13 a 18 años). Cada grupo de edad tiene actividades por separado y tienen un pastor responsable de ellos. Los jóvenes tienen un espacio propio llamado “la sociedad de los jóvenes”. En cada iglesia se ha establecido una reunión periódica para hacer oraciones y peticiones. A la Iglesia a la que pertenece el entrevistado, asisten regularmente 60 - 70 chicos a ese día de oración general, aunque los inscritos sean 1.200. También los sábados y domingos son días de culto durante dos horas. En estos espacios se dan películas, se hacen dinámicas grupales y el pastor dicta una charla. Las charlas son sobre temas que atañen a los jóvenes: cómo combatir las tentaciones sexuales, las drogas, la envidia, etc.

Hay otras actividades que organizan los propios jóvenes. También hay células de oración de jóvenes que se reúnen todas las semanas en una casa, para orar, conversar y leer la Biblia. A su vez cada joven por propia iniciativa puede invitar a amigos de otras religiones o de la misma religión a su casa para cantar, reflexionar “la palabra” o conversar. Procuran hacerlo en las noches para que sea una alternativa a las fiestas y a las discotecas. De esta manera dedican su tiempo libre al culto de su fe y no a la diversión “pecaminosa”.

Regularmente se organizan campamentos en otras ciudades, y éstas son actividad muy concurridas por jóvenes (asisten 200 o 300 según la capacidad del lugar). Inclusive hay quienes no perteneciendo a la iglesia piden poder participar en estos campamentos que son mixtos y donde también se dan momentos de oración y reflexión; Así mismo, son espacios para hacer amigos y enamorados. A estos campamentos vienen pastores extranjeros que abordan temas con mayor profundidad.

I. DE LOS SABERES DE LAS INSTITUCIONES DEPORTIVAS

Barcelona SC

En una entrevista con la responsable de marketing de la “Casa amarilla” del club Barcelona, uno de los dos equipos más importantes

de fútbol de Guayaquil, se señaló que no existe ninguna estrategia especial de marketing dirigida a reclutar miembros jóvenes para el club. Existen las divisiones inferiores de fútbol en las que se reclutan jóvenes. La idea central es poder competir en los campeonatos de estas divisiones, pero además poder reclutar destacados jugadores jóvenes para que entrenen y posiblemente lleguen a jugar en el equipo profesional del Barcelona.

Existe una barra conformada solo por jóvenes (mayoritariamente varones) y de clase media y media-baja. Si bien la barra se formó por iniciativa espontánea de los jóvenes, de todas maneras mantiene una relación con los directivos del club. Los cuales cuando hay partidos en otras ciudades, pagan la movilización de la barra. Normalmente los chicos se concentran en el parque Guayaquil para organizar sus actividades, ensayar o crear cánticos, elaborar banderas, etc. Todo lo relacionado con la animación al equipo. Esa barra se llama "Sur oscura".

Emelec SC

Se realizó una entrevista al Tesorero del Club Emelec que es el otro equipo de fútbol principal de Guayaquil. El señaló que el club no tiene una política de reclutamiento dirigida a jóvenes, ni cuenta con un contacto particular con miembros jóvenes del club. El contacto con ellos es a través de las convocatorias generales que se hacen por el diario. En términos del reclutamiento de jugadores, el criterio que prima es el estado físico y la calidad técnica. Al igual que otros clubes, Emelec tienen divisiones juveniles, que actualmente están participando en un campeonato de equipos juveniles organizado por el diario el Universo.

De acuerdo a datos de una tesis de estudiantes de la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, existe una barra de hinchas del Emelec, conformada sólo por jóvenes. Esta barra se llama "boca del pozo" y está formada por cerca de 160 integrantes cuyas edades oscilan entre 14 y 25 años; son de ambos sexos y de diferentes niveles socio-económicos (Banda, Fernández, 1997, p. 70). De acuerdo a algunos testimonios esta barra ganó nueva vitalidad a principios de los noventa cuando gente más joven comenzó a integrarse y a tener un comportamiento más activo durante los partidos.

Los periodistas deportivos a veces tildan a esta barra como violenta, grosera y salvaje, comparándolas con las barras bravas argentinas. Es interesante lo que emerge en este estudio: la necesidad de los jóvenes de tener su propio espacio y formas de expresión diferenciadas de las que se dan en las barras de los “viejos”.

J. DE LOS SABERES DE LOS PARTIDOS POLITICOS

A través de la revisión de los documentos relativos a los principios ideológicos y a los programas de gobierno de los diferentes partidos políticos que descansan en el Tribunal Supremo Electoral, se pudo constatar que solo en los casos de la Democracia Popular y de la Izquierda Democrática hay una referencia a los jóvenes. Con respecto a la DP, se considera que la juventud está cada vez más envuelta en un escepticismo debido al espectáculo calamitoso de la desintegración política, a la corrupción, a la caída de valores morales frente al poder del dinero, a la enajenación cultural que se sufre frente a las naciones industrializadas. La propuesta de gobierno de la DP apuntaría a eliminar todas estas frustraciones que padece la juventud. En tal sentido se propone fomentar la práctica de los deportes, el desarrollo de los valores nacionales y morales y el adelanto intelectual de la juventud ecuatoriana.

Por su parte la ID, habla de la ineficiencia del sistema educativo que se traduce en una discriminación laboral y falta de oportunidades para los jóvenes en términos intelectuales, espirituales y físicos. De tal forma que propone modernizar el sistema educativo, y renovar los sistemas de capacitación laboral, a sí cómo, desarrollar programas especiales en el deporte, en la creación cultural y científica.

En los casos de los otros partidos importantes como el PSC (6), el PRE (10), Nuevo País, MPD (15), en la revisión tanto de los documentos relativos a los principios ideológicos y a los programas de gobierno se pudo determinar la ausencia de referencias específicas a los jóvenes.

ANEXO 2

Cuestionario de encuestas

Edad: _____

Sexo: M _____ F _____

Barrio donde vives: _____

Con quién vives (escoge uno):

Padre, madre y/o hermanos _____

Padre _____

Madre _____

Hermano(s) _____

Pareja _____

Abuelos _____

Amigos _____

Solo _____

Otro (especifica) _____

Estudias: Si _____

No _____

Colegio _____

Cuál _____

Universidad _____

Cuál _____

Trabajas: Si _____

No _____

En qué _____ Cuántas horas semanales _____

Qué haces en tu tiempo libre y con qué frecuencia (elige 5)

	Siempre	A veces
Ver televisión	_____	_____
Hacer deporte	_____	_____
Escuchar música	_____	_____
Ir a bailar	_____	_____
Ir al cine	_____	_____
Estar con enamorado/a	_____	_____
Leer el periódico	_____	_____
Leer revistas	_____	_____
Leer un libro	_____	_____
Jugar con video-juegos	_____	_____
Trabajar en la computadora	_____	_____
Entrar al Internet	_____	_____
Pasear en centros comerciales	_____	_____
Ir de viaje a otra ciudad	_____	_____
Ir de compras	_____	_____
Conversar con alguien de mi familia	_____	_____
Otro: _____	_____	_____

En qué gastas tu dinero (Señala la última vez que gastaste en cada cosa):

OPCIONES	Mucha frecuencia	Nunca frecuencia	Poca
Alimentación (golosinas)			
Ropa			
Maquillaje			
Perfume/colonia			
Música			
Bailes/fiesta			
Paseos			
Ayuda a la familia			
Estudios			
Licor			
Tabaco			
Otro:			
Otro:			

¿Si tuvieras un millón de sucres en este momento, qué harías con ese dinero? _____

Cuál es tu cantante o grupo preferido _____

A qué le das más atención en una canción (escoge una)

La letra _____

La música _____

El cantante _____

El video-clip _____

Otro: _____

En qué medio escuchas la música (puedes señalar varios)

Radio _____

walkman _____

TV _____

Videos _____

DVD _____

CD-ROM _____

Mini-disc _____

Concierto _____

Equipo de sonido: Cassette _____

Disco _____

CD _____

Cuál es tu canción preferida (indicar el género musical también)

Cuál fue el último disco o cassette que compraste (nombra el disco)

Eres fan de un grupo o cantante SI _____ NO _____

De cuál _____

En qué momentos escuchas música (Puedes escoger varias)

Mientras estudio _____

Cuando reposo _____

Cuando hago tareas de la casa _____

Cuando voy en el bus _____

Cuando voy en el carro _____

Discotecas _____

Bares _____

Esquina _____

Fiestas _____

Otro _____

Cuántas horas al día escuchas música _____

Has ido a un concierto SI _____

NO _____

Cuál fue el último (Indica hace que tiempo)

Nombra 3 programas favoritos de televisión y 3 de cable

TV abierta

1. _____

2. _____

3. _____

Cable

1. _____

2. _____

3. _____

Por qué te gustan

¿Qué de estas cosas tienes o te gustaría tener? (Puedes señalar varias)

	Tengo	Me gustaría tener
Walkman	_____	_____
Computador	_____	_____
Discman	_____	_____
Mascota virtual	_____	_____
Celular	_____	_____
Nintendo	_____	_____
Acceso a Internet	_____	_____
TV Cable	_____	_____
Juegos electrónicos	_____	_____
Otro _____	_____	_____

Lees periódico SI _____

NO _____

Cuáles periódicos

Lees revistas SI _____

NO _____

Cuáles

Cuál fue el último libro que leíste voluntariamente

¿Cuál fue la última película que viste en el cine durante este año

Practicas algún deporte fuera del colegio SI _____ NO _____

Cuál

Cuando compras ropa ¿Decides por la marca?

SI _____ NO _____

Cuáles

Señala 5 cosas que haces con tus amigos

Ir al cine _____

Ir a bares _____

Ir a fiestas _____

Ir a discotecas _____

Conversar _____

Ver televisión _____

Escuchar música en casa _____

Ir a comer _____

Ir al estadio _____

Practicar algún deporte _____

Pasear en centros comerciales _____

Ir de compras _____

Usar el Internet _____

voluntariado _____

Otros (especifica) _____

Haces parte de (puedes marcar varios):

Grupo de estudio _____

Equipo deportivo _____

Partido político _____

- Grupo de oración/reflexión _____
- Grupo ecológico _____
- Grupo musical _____
- Grupo de danza _____
- Grupo de teatro _____
- Organización juvenil del barrio _____
- Club _____
- Pandilla o nación _____
- Cruz Roja _____
- Bomberos _____
- Defensa Civil _____
- Otros (especifica): _____

Te gusta estar con tu familia SI _____ NO _____

Haciendo qué

Qué desacuerdos tienes con tus padres (puedes escoger varios)

- Estudios _____
- Vestimenta _____
- Sexualidad _____
- Otros: _____

Ninguno _____

A qué partes de la ciudad vas a:

ACTIVIDAD	Centro	Urdesa	Alborada especifica	Urdenor	Otros	No realiza esta actividad
Bailar en discotecas						
Tomar						
Comer						
Comprar ropa						
Visitar centros comerciales						
Comprar música						
Participar en actividades artísticas						
Cine						
Otro:						

Nombra 3 lugares a donde siempre vas a “farrear” (señala dónde están)

1. _____
2. _____
3. _____

¿Por qué vas a estos lugares? _____

Estás consumiendo algo de esto

Alcohol _____

Cigarrillos _____

Mariguana _____

Base _____

Cocaína _____

Pastillas _____

Solución o goma _____

Otro: _____

Con cuál de estos símbolos te identificas





666













Bandera ecuatoriana _____

Otro: _____

Cómo definirías estos términos

Aniñado/a

Gogotero/a

Cholo/a

Zanahoria

Chichero/a

Rayado/a

Rockero/a

Bacán

Rapero/a

Revolero/a

Rodado/a

Bolero/a

