Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Revista Rúbricas Número Especial. Cultura Juvenil

Identidad, consumo y culturas juveniles

Nateras Domínguez, Alfredo

2015-03-20

http://hdl.handle.net/20.500.11777/627

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Fotografía: Guian Bolisay / CC BY

Identidad, consumo y culturas juveniles

Alfredo Nateras Domínguez
Maestro en ciencias antropológicas (UAM-I), maestro en psicología social por la UNAM, doctor en ciencias antropológicas por la UAM-I. Coordinador del diplomado "Culturas Juveniles. Teoría e Investigación", UAM-I, desde 1998. Sus líneas de investigación versan sobre cultura urbana, adscripciones identitarias juveniles, significaciones del cuerpo, las violencias y muerte en sujetos transnacionales y el uso social de drogas en espacios de divertimento.

Los textos que se reproducen a continuación son parte de una entrevista realizada por Ibero TV, dentro de la serie "Diálogos con la realidad", con la temática de jóvenes universitarios, que se efectuó en otoño de 2012.

¿Cómo ubica y describe las identidades y culturas juveniles actualmente?

Uno de los grandes problemas de inicio, para una gran parte de jóvenes o simplemente en la condición de ser joven, es la precariedad. Uno de cada tres mexicanos son jóvenes pobres en el país. Hay gran precariedad en el acceso a la educación; un número importante de jóvenes está fuera del ámbito educativo. Existe gran precariedad en el ámbito laboral, un sector amplio de jóvenes no encuentra empleo, y cuando los emplean, son los peor pagados y con condiciones laborales desfavorables. Ahora, con la nueva ley laboral que está por aprobarse, la situación estará mucho más complicada. Y estas condiciones se recrudecen en el ámbito rural.

Otra gran problemática o dificultad es que para una gran cantidad de jóvenes no hay futuro. El futuro no existe en tanto que el presente se les está diluyendo en las manos. Esta situación los lleva a climas afectivos de desencanto, de desaliento, a un gran cúmulo de desilusión.

Una dificultad más que veo actualmente es: ser joven en México, porque hay mayor posibilidad de morirte por ser joven. ¿A qué me refiero? En el imaginario del ejército mexicano, de los marinos, de los policías federal, estatal o local, pareciera que ser joven es sinónimo de ser sicario y, por lo tanto, a la menor provocación porque vas caminando en la ciudad, o si te toca la "mala suerte" de un fuego cruzado, tienes muchas posibilidades de ser baleado, ser detenido y/o ser asesinado. Tenemos casos, en gran parte de los estados de la República, que eso está ocurriendo. Pareciera ser que en este imaginario, si va caminando un joven con cierta facha, es muy probable que ande en malos tratos y puede ser sicario o narco; eso da pie a que se violen sus derechos, se les detiene, se abre fuego en su contra o simplemente se les asesina.

Los datos estadísticos son terribles, más de ochenta mil asesinados en este sexenio [de Felipe Calderón] por una guerra totalmente mal hecha o mal planteada; se calculan unos mil quinientos niños asesinados en esta guerra; se calculan sesenta mil adolescentes y jóvenes que se han afiliado o han sido reclutados por el crimen organizado; hay 220 mil jóvenes que están migrando al año, con todo lo que esto significa; hay más de ocho millones de jóvenes que no tienen acceso a la escuela ni al trabajo, a quienes llamo desinstitucionalizados.

Esto nos lleva a un desastre en la condición juvenil, de tal suerte que ahí es donde yo veo las grandes problemáticas, una gran dificultad de construir futuro, pero más grave aún, construir presente; una situación de precariedad desde distintos ámbitos y una violencia totalmente desbordada en donde puedes morirte, simplemente por ser joven, en este país.

¿Cómo es que el joven empieza a construir identidad, por qué lo hace, por qué primero busca ser diferente, para después verse igual con otros y unirse con algunos pares?

Hay varias rutas de explicación, una de ellas es que, ante la crisis de sentido de las instituciones como la familiar, la educativa o la laboral, los jóvenes opten por el agrupamiento juvenil, la banda, la pandilla, la adscripción identitaria, como se le quiera denominar, que les dan lo que las instituciones tradicionales no tienen.

Otra ruta es que una de las cuestiones de construcción identitaria es que la identidad siempre está en contraposición a otro o a un distinto a mí; entonces en la etapa de la adolescencia, de la juventud, regularmente, la mayoría de los adolescentes, hombres como mujeres, lo que menos desean es identificarse con sus padres y en ese sentido es cuando se agrupan con otros parecidos o similares a ellos porque comparten un estilo de vida, gustos musicales, posiciones políticas o la forma de divertirse. A partir de ahí empiezan a diseñar una estética corporal que los va definiendo como tal o cual agrupamiento junto con otros parecidos o similares, pero al mismo tiempo los va diferenciando de otros agrupamientos juveniles y de ahí la gran diversidad de las culturas juveniles; básicamente lo que busca el joven es diferenciarse de los mundos adultos. De lo que se trata, entre otras cuestiones, es por una parte ser lo más diferente de los otros para ser uno, uno agrupado, y al mismo tiempo de diferenciarse lo más que se pueda de sus padres, y ser ellos.

¿Cuáles son las principales culturas juveniles que se pueden identificar en nuestro país actualmente?

Hablaría de las emergentes y después de las consolidadas. De las emergentes creo que tiene que ver mucho con los contextos: los *reggetoneros*, que están en la visibilidad mediática y demás; cuando aparecen, la mayoría de los medios les construye también determinado tipo de imágenes y por ahí los va estereotipando.

Otra cultura juvenil emergente muy interesante sigue siendo la de los *emos*, que está ahí. Otras invisibles, marcadas por una clase social más favorecida, que se les da poca atención, pero que está cada vez más, son los *mirreyes.* Los *mirreyes* son estos jóvenes más favorecidos de las clases más ricas de este país, como en la cuestión política.

Los *mirreyes* son interesantes porque son de los jóvenes que hemos estudiado poco, porque tienen que ver con clases sociales muy favorecidas; son algo así como los *neo junior* o los *neo fresas*, que también tienen sus prácticas sociales y expresiones culturales. Hay un gran culto a la masculinidad. Lo de *mirreyes* surge a partir de la forma en que ellos se nombran o reconocen, "quiubole mi rey, ¿cómo estás?"

Hay otro agrupamiento muy interesante, poco visible y poco estudiado: los *hipsters*. Los hipsters son como los *neo hippies*, son los chavos que se ven ahí en la Condesa, en la Roma [ciudad de México], que son *indies* o independientes porque se dedican a las artes, a la comunicación, y ellos mismos generan sus propios espacios de trabajo. Y al parecer no les interesa mucho la marca de ropa, son medio *neo pandrosos*. Esas serían las culturas juveniles más emergentes.

Y las consolidadas que están y siguen ahí, una escena muy importante es la del *hip hop*. Los *hiphoperos* que están muy ligados con los *grafiteros*, y estamos ante adscripciones o culturas juveniles transnacionales, porque estos jóvenes están muy vinculados con las nuevas tecnologías de comunicación, por ejemplo, a partir de ahí tienen vínculos con otras escenas y movimientos del *hip hop* y del *grafiti* del mundo, entonces se ligan con los de Sudamérica o con los de Europa, y hacen una gran comunidad virtual, a partir de su cultura o identidad juvenil.

Otro agrupamiento muy fuerte es la escena oscura consolidada, agrupa a los *heavy metaleros*, a los *punks* o *neo punks*, a los *darketos*, a los *góticos*, a los *vampiros*; que también ya están muy ligados con alguna parte de los espacios públicos de la ciudad que se han apropiado. ¿Dónde se les encuentra en la escena oscura? Se les encuentra regularmente en el Monumento a la Revolución, o en la glorieta de Insurgentes [ciudad de México], o también en el Circo Volador.

Un agrupamiento que es el más longevo que tenemos, de la década de finales de los treintas y cuarentas hacia acá, son los *cholos* o los *cholillos*, ellos han devenido en culturas transfronterizas, porque los encuentras en la zona fronteriza de Sonora, Chihuahua o Coahuila; también los encuentras en Estados Unidos, regularmente en California. Lo interesante de los cholos es que vienen de los *pachucos*, el ícono es Tin Tan, los *pachucos* devienen en *cholos*, una parte de los *cholos* devienen en *Mara Salvatrucha*.

El otro agrupamiento, muy consolidado, es el de los *rockeros*, porque siempre ha estado ahí desde la década de los setentas hasta acá. Entonces, esos podrían ser los agrupamientos juveniles consolidados y los que les llamo *emergentes*.

Consumo cultural

¿Cuáles son los principales consumos culturales que tienen los jóvenes hoy?

Fundamentalmente pasa por todos los artefactos de lo que se ha llamado "las nuevas tecnologías de la comunicación". Incluso hay algunas universidades privadas como el Tec de Monterrey que sabemos que para tener

ingreso o pagar tus cuotas, debes de demostrar que tienes una computadora; a partir de ahí, por ejemplo, lo que se ve de consumo cultural son los otros artefactos. La mayoría de los chavos, además de tener ya su *personal computer*, también tienen ya, por lo menos, sus *blackberrys*, o lo que ya trae incorporado el *blackberry* u otro tipo de aparato donde en el aparato telefónico, ya puedes tener acceso a *face*, acceso a *twiter*, a correos electrónicos, a varias cuentas; entonces yo creo que este es uno de los grandes artefactos, en términos de que los conecta con redes sociales también es consumo cultural.

Me parece que otra parte importante del consumo cultural de los jóvenes universitarios, independientemente de si son universidades públicas o privadas, es la música. No hay algún joven que no tenga algún gusto musical, y por lo tanto no hay tampoco alguna cultura juvenil, que se recrean en las universidades, o sea, los *mirreyes*, los *hipster*, los *indies* también están en las universidades o en algunos otros centros educativos, ahí donde se recrean más, por ejemplo, estas otras formas consolidadas; no hay ninguna adscripción identitaria juvenil que no esté definida por algún consumo cultural a través de la música. Usan música, escuchan música, van a conciertos de música.

Otro de los grandes consumos culturales es el cuerpo. ¿A qué me refiero? Una gran parte de jóvenes lo que está haciendo, y si son más definidos con alguna cultura juvenil, están rediseñando sus estéticas corporales, es decir, están interviniendo sus cuerpos como una forma de consumo. Es decir, toda la cosmetología de algunas mujeres que le da mucha importancia, inclusive nos estamos encontrando que para algunas jóvenes de clase media-alta, lo que le están pidiendo a sus papás junto con que les den un viaje o les compren un auto, de que les pague la cirugía para ponerse *bubis* o arreglarse los pechos. O por ejemplo, toda esta parte de los jóvenes que también rediseñan su cuerpo a través de lo que se conoce como los metrosexuales, y que está muy ligado con la condición de ser los jóvenes que tienen acceso económicamente a esta forma de consumo u oferta cultural para rediseñarse los cuerpos.

La otra vertiente de consumo cultural tiene que ver con el asunto del deporte. Hay una gran parte de jóvenes que consume el deporte en términos de que los jóvenes más adinerados o los jóvenes de clase media que están en los gimnasios, en el *gym*, y se hacen corredores y van a las carreras de 5 km, de 10 km, a favor del cáncer y demás. En eso también son consumidores, porque consumen ropa para ir a correr, consumen ropa para ir al gimnasio, consumen incluso una serie de alimentos que van acompañados con el ejercicio o la cuestión deportiva, es más, hacer el deporte es un consumo cultural que está marcando a gran parte de jóvenes universitarios, de jóvenes de las escuelas tanto públicas como privadas.

Identidad y consumo cultural

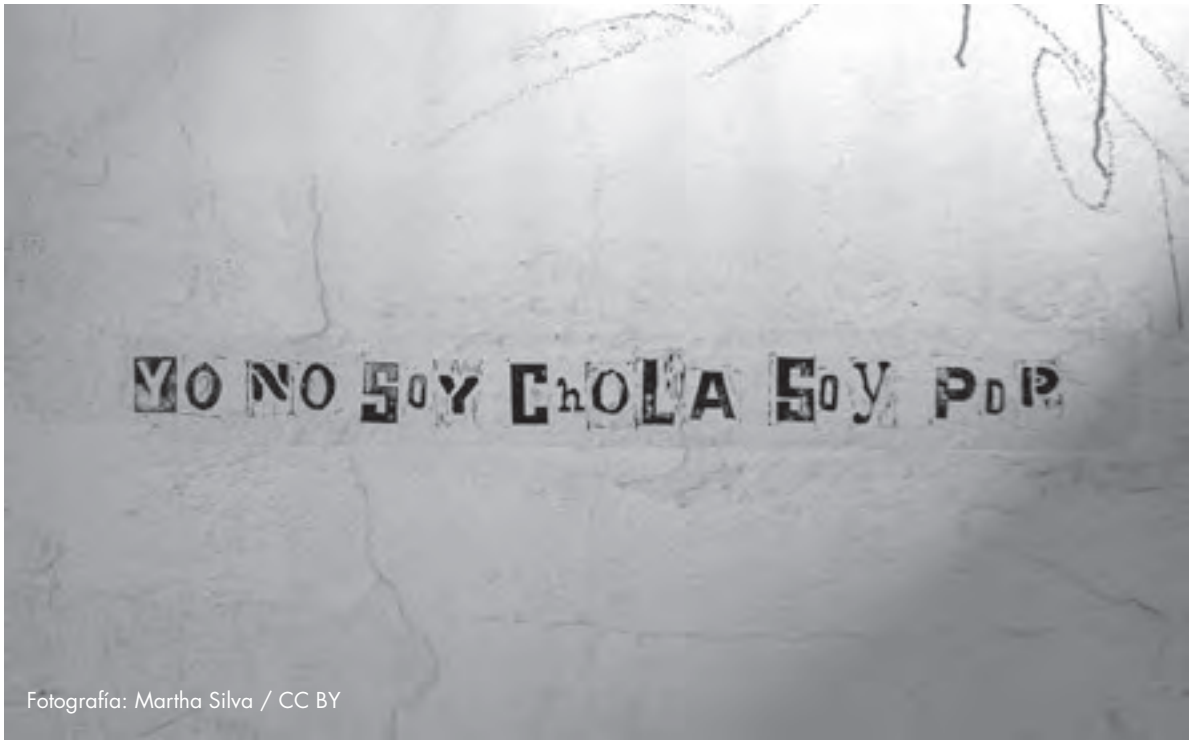
¿Se puede hablar de que a través del consumo cultural el joven genera identidad, o influyen otros factores para generar identidad?

Es parte de la construcción identitaria de los consumos culturales, como también es parte de la construcción identitaria lo que tiene que ver con los lugares que vas, o que frecuentas para recrear esa identidad juvenil específica. Casi, podría decir "a ver, mirrey, dime a qué lugar vas y te diré a qué adscripción identitaria perteneces"; por ejemplo, se conoce que los espacios del consumo del divertimiento, de la recreación, pasa por los antros y pasa por los bares. Hay determinado tipo de bares, restaurantes y antros que son más propicios en donde se manifiestan estas identidades juveniles.

En lo que tiene que ver con los jóvenes *mirreyes*, los encuentras en las mejores discotecas de este país, y haciendo los consumos del divertimiento de forma muy abierta, en términos de reafirmar su masculinidad, de que son muy *machines*, beben mucho, compran botellas de champagne que les cuesta un dineral. O, por ejemplo, todos los consumos en términos del diseño o rediseño de su estética corporal como *mirreyes*, van con ropa de *hipermarca*, van con el pecho descubierto y mostrando ahí sus colguijes, regularmente se hacen acompañar de modelos, chavas muy exuberantes y despampanantes. Sí creo que en ese tenor, lo que tiene que ver con estos consumos se incorpora a la adscripción o a la cultura juvenil, son artefactos que se van acomodando y que acompañan a la identidad juvenil o a la cultura juvenil correspondiente.

¿El género o la clase social tienen influencia en el consumo cultural?

Sí influye el género en términos de que hay algunas féminas, de determinado tipo de cultura juvenil, que utilizan determinado tipo de prendas, en función de que se definen como *reggetoneras*, a diferencia de otro tipo de jóvenes, por ejemplo los que tienen que ver con las *cholillas;* ellas, por ejemplo, por el hecho de ser *cholillas* se visten de una forma diferente y privilegian una forma diferente, justamente por ser cholillas. Y en ese sentido, algo parecido en ambas, porque son adscripciones identitarias más de zonas populares, es que regularmente no usan la ropa de marca, no van a Palacio de Hierro a comprarla, o a Liverpool, a Zara o a todas estas tiendas; van a los tianguis populares donde compran la ropa clonada y hacen un símil de que visten de marca, pero no es una marca original. Ahí es el marcaje de la diferencia de clase, que también cruza con la cuestión de género. Una *cholilla* se viste diferente de un



Fotografía: Martha Silva / CC BY

HAY MUCHO MÁS CRÍTICA O LA CRÍTICA SE RECRUDECE DE UNA FORMA MUY FUERTE CUANDO CONSUMEN NUESTROS JÓVENES MÁS POBRES

cholo incluso. Y el uso del cuerpo también es diferente, incluso hasta el uso de drogas está marcado, a veces en algunas culturas juveniles, por la cuestión del género y la adscripción identitaria o la cultura juvenil.

Para concluir, ¿qué podría agregar acerca de la identidad del joven y el consumo cultural?

Sí, que no hay nadie que no consuma, independientemente de que estés adscrito o que pertenezcas a alguna cultura juvenil. Incluso los que más consumen porque tienen capacidad de hacerlo, son los adultos. Sin embargo no hay ninguna crítica a los adultos por el hecho de consumir, porque desde este mundo adultocéntrico a nosotros los adultos nos molesta, probablemente, cierta independencia relativa que tienen los jóvenes de consumir lo que les dé la gana consumir, o de comprar lo que les dé la gana comprar. Hay mucho más crítica o la crítica se recrudece de una forma muy fuerte cuando consumen nuestros jóvenes más pobres, cuando nuestros jóvenes de los barrios populares, tipo *Los Olvidados* de Buñuel, consumen, muchos dicen: "…si es un paria, es un *reggetonero*, fíjate, está tan pobre, tan miserable y tan fregado… ¿ya viste los tenis que tiene?, ¿ya viste la chamarra que trae?" O cuando ves a un cholillo, "… mira, es un joven bien fregado y bien fastidiado, pero cómo gasta en ropa, esas botas que trae deben costarle un dineral".

Se le descalifica, ¿por qué? Porque es el mecanismo más aberrante de excluir a los de por sí excluidos, cuando a través del consumo de estos jóvenes, de lo que tratan es incluirse a través del consumo de lo que están consumiendo. Yo compro una película pirata de 10 pesos, ya 20 es un asalto. Me compro el último video de Luismi, al comprarme el video de Luismi, yo, adscrito a una clase social desfavorecida o por ser *reggetonero*, ese mecanismo material tiene un valor simbólico. Al yo consumir tengo acceso a ese bien, no sólo material sino simbólico. Pero llega un *mirrey*, con el mismo disco que compró en tiendas Mixup, que le valió 300 pesos, "¿cómo es posible que el otro traiga el mismo disco clonado? No se lo puedo permitir, porque tenemos diferencia de clase".

El consumo cultural de una parte de los jóvenes, es un mecanismo para incluirse, ante los mecanismos de exclusión en la que está la mayoría de ellos. Aunque sea me incluyo en el consumo.