

JÓVENES, CULTURAS Y UNIVERSIDAD

¿DESDE DÓNDE SE APRENDE?

Elizabeth Gallego. Psicóloga

Pablo Granada. Comunicador Social

Más 1.500 millones de personas, correspondientes a más del treinta por ciento de la población mundial son jóvenes entre los 10 y 24 años, rango de edad en el cual están tomando muchas de las decisiones trascendentales. Al menos la mitad de los jóvenes latinos, entre ellos los colombianos, han tenido alguna relación sexual antes de los 20 años y las jovencitas se han casado antes de los 21 o 23 años. "En los países menos desarrollados, el 17 % de todos los partos, se producen entre las adolescentes".

No sólo tenemos hoy en día un número mayor de jóvenes que en cualquier otro momento de la historia, sino que se está ampliando el período tradicionalmente definido como adolescencia: la llegada a la pubertad se está produciendo a edades más tempranas, al tiempo que la edad de contraer matrimonio se retrasa. Al llegar a los 20 años, un 30% de los adolescentes latinoamericanos ya tienen un hijo, y la proporción va en ascenso.

Para el caso colombiano, la juventud pasó a ocupar un primer plano desde mediados de los ochenta cuando las organizaciones al margen de la ley y la delincuencia común echaron mano al arrojo y la rebeldía de los muchachos para atentar contra representantes de partidos políticos, sindicatos y gremios. Pero también es desde entonces víctima de esa guerra sin declarar. La historia reciente de Bogotá lo ilustra: de los 2835 asesinatos cometidos en la capital durante 1997, el 45 % de las víctimas tenían entre 15 y 29 años al momento de morir. Y un alto número de los sindicatos se encuentran también en este rango de edad.

Ante el carácter dinámico del mundo juvenil, todo esfuerzo investigativo unidisciplinar corre el riesgo de captar una imagen distorsionada del fenómeno. Solamente una mirada transdisciplinaria, centrada en lo cultural, permite captar con más fidelidad el mundo de los jóvenes. Es en las manifestaciones materiales y simbólicas de lo cultural donde los jóvenes tejen sus redes de significación e intercambian sentidos (o "sin-sentidos") con el mundo que les tocó en suerte vivir.

Ante la magnitud del problema a investigar, decidimos contribuir al propósito de obtener una visión global de la "juventud contemporánea", desde la búsqueda de los elementos significativos en las culturas representadas en los estudiantes que cursan primer año en las universidades pereiranas, de modo que sirvan de base para identificar la brecha existente entre las culturas desde las cuales los jóvenes aprenden y aquellas desde las cuales enseñan los adultos.

El estudio se propone una mezcla de metodologías y enfoques de carácter empírico-analítico, dado el tamaño de la población; e histórico-hermenéutico, en razón del campo cultural de estudio. Al investigar las culturas juveniles en estudiantes del Área Metropolitana de primer y segundo semestre de pregrado, la Universidad Católica Popular del Risaralda busca identificar nexos posibles entre los distintos protagonistas y escenarios que intersectan la realidad juvenil. Y además, aportar en el reconocimiento de las posibilidades de construcción de un proyecto de ciudad en el cual tengan cabida todos y que sólo podrá llevarse a cabo a través de un diálogo entre generaciones, disciplinas del conocimiento y estamentos sociales. En otras palabras; en el diálogo intercultural.

Muchas políticas, planes, programas y proyectos dirigidos a la juventud suelen ser elaborados con un conocimiento meramente demográfico de sus beneficiarios directos, como edad, sexo y estrato, cuando no es que se da un total desconocimiento. Por suerte la conciencia en torno a estos limitantes se viene generando en los círculos de investigación. "Descifrémonos" es el contundente eslogan de la campaña con la cual en las dos últimas presidencias se ha invitado al reconocimiento del joven desde el problema de la droga. Es una propuesta con doble connotación: "leer lo que está escrito en cifras o números", pero también de "aclarar la oscuridad de un texto, cita o pasaje". Un desciframiento que se vuelve complejo para los adultos, tanto por la brecha generacional como por el peso de las mediaciones culturales que nos marcan.

Si bien las investigaciones que pretenden "descifrar" el fenómeno juvenil no son nuevas en el país, éstas se han centrado básicamente en las ciudades capitales como Santafé de Bogotá, Medellín o Cali. En ciudades intermedias como la nuestra, las investigaciones genéricas sobre el tema juventud, son escasas, y las específicas sobre juventud universitaria apenas están en proceso.

De otro lado, elegir como sujetos de estudio a los jóvenes que cursan I y II semestre de pregrado en nuestra ciudad se debe a que nos ofrecen un momento interesante en el análisis del proceso de transición colegio-universidad, paso que representa, para quienes logran acceder a todos los niveles educativos, un hito de gran importancia. En este período el "primíparo" y el "segundíparo" deben apropiarse de forma acelerada,

conscientemente o no, las pautas culturales que determinarán buena parte de sus prácticas, lógicas y sensibilidades sociales. Pero también es el momento en el cual proyectará su proceso de socialización a escenarios que trascienden los ámbitos ofrecidos por las instituciones educativas y a papeles que superan el de mero estudiante. En el paso al nivel superior de educación formal se evidencian por contraste las semejanzas y diferencias entre los modelos de formación a los que estuvo sometido en su bachillerato y a los que deberá responder en su paso por la universidad.

Más que reducir los resultados de esta investigación a un conjunto de cifras y análisis que nos respondan a los "qués", optamos por ubicarnos en el plano del sentido, esto es: el de los "porqués" (principios) y el de los "paraqués" (fines) de los variados "cómos" (medios) construidos socialmente por los jóvenes. En las prácticas culturales juveniles es donde queremos hurgar sus sensibilidades y lógicas.

Diversos motivos han llevado a estudiar las sub-culturas juveniles. Entre otras figuran los estudios hechos por y para la publicidad, que ven a los jóvenes como un tagrget-group o población-diana de la oferta de bienes de consumo. La salud se ha centrado en ellos como población de alto riesgo para la ocurrencia de enfermedades relacionadas a la salud física o mental. Los gobiernos de los distintos niveles también han abordado lo juvenil como pivote de políticas específicas dirigidas a la atención y prevención del delito. Los sectores económicos ven lo juvenil como una moratoria social que la sociedad capitalista le da al futuro trabajador para que se cualifique como factor de producción o mano de obra.

¿Jóvenes-problema, jóvenes-consumidores, jóvenes-mano de obra...? La relación cultura-juventud-educación cobra plena vigencia para la U.C.P.R. en cuanto la educación desplaza el centro del proceso formativo hacia el estudiante, definido no como una promesa *futura* para el ejercicio de una profesión, sino como un hecho *presente*, con sus propias sensibilidades, lógicas y prácticas. Consideramos entonces que todas las preguntas del proceso educativo (*qué se enseña, cómo, cuándo, dónde, etc....*) se supeditan al *quién aprende*.

Vistas así las cosas, ¿qué preguntas le hacen hoy los jóvenes universitarios a la institución educativa en particular y a la sociedad en general, desde sus experiencias vitales? ¿Qué los lleva a elegir, a rechazar y a transformar ciertas formas de representación provenientes de la universidad, la Iglesia, la familia, las organizaciones gubernamentales, las no-gubernamentales o los medios masivos de comunicación? ¿Cómo se articulan sus sensibilidades, lógicas y experiencias a las propuestas educativas? ¿Cuáles son las transformaciones que experimentan en su proceso de entrada, permanencia y salida del espacio de representación social llamado universidad? Para responder a estos y otros

interrogantes se requiere explorar aquellos nodos que integran las redes de sentidos que los jóvenes entretejen en su cotidianidad y a las que llamaremos subculturas.

Cultura y consumo

Consideramos que Clifford Geertz plantea la noción más completa para entender las manifestaciones y dinámicas culturales del mundo contemporáneo. Él entiende la cultura como el "tejido de símbolos por medio de los cuales un grupo humano se comunica, se identifica, construye y reconstruye nuevos significados a partir de la convivencia como ciudadanos y ciudadanas."

Por su parte, José Joaquín Brunner la concibe "como la esfera especializada de la sociedad que se encarga de producir, transmitir y organizar mundos simbólicos de creencias, conocimientos, informaciones, valores, imágenes, percepciones y evaluaciones que estructuran colectivamente la experiencia cotidiana y le otorgan sentido de orden, introduciendo distinciones, jerarquías, estilos, modas, juicios de valor y de gusto; en fin, contenidos y formas de conciencia que son asumidos y compartidos por los individuos bajo la forma de concepciones del mundo mas o menos unificadas o fragmentarias, homogéneas o heteróclitas, "avanzadas" o "primitivas", etc."

Para Canclini, consumo es "el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos..[] Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. El consumo implica entonces una doble opción: de alienación para el consumidor pasivo que construye su identidad exclusivamente alrededor de lo material y lo simbólico que le ofrecen las industrias culturales, o bien una instancia donde puede ser un actor dinámico capaz de pensar sus relaciones con el mundo, donde él es quien determina los usos y apropiaciones de lo que consume y no al contrario. En este último caso se genera mayor conciencia ciudadana y una identidad más sólida.

Para Canclini, "la cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar." ¿Qué diferencia la internalización de la globalización desde lo cultural? En la internalización se podría no estar contento con lo que se tenía económica y culturalmente, sin embargo se podía buscar en otra parte u otro sitio conociendo claramente lo propio y lo ajeno además de permitir estar satisfecho con lo obtenido, sin perder la posibilidad de soñar y ante todo de proyectarse hacia un futuro con sentido. La globalización llegó rápidamente al punto que no se estaba preparado para asumir adecuadamente este proceso de cambio, donde lo propio se desdibuja, se confunde con lo ajeno. Lo que antes era la posibilidad,

o mejor: el sueño , hoy es la realidad y está ahí, muy cerca, sin alejarse, lo que lleva a una disgregación y a una confusión en cuanto a la identidad de un país, que afecta directamente la identidad de los ciudadanos, en especial de los jóvenes.

Igualmente el término ciudadano sufre fuertes transformaciones. De entenderse como la voz del pueblo en cuanto a su opinión y participación en el cambio, pasa a ser entendido desde el consumo. Ya no opina, hoy se queda en el o los productos y desde allí, el cambio se determina desde la capacidad de adquisición. "La internalización fue entonces una apertura de las fronteras geográficas de cada sociedad para incorporar bienes materiales y simbólicos de los demás. La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa".

Todo este proceso ha llevado a que las manifestaciones culturales hayan cambiado vertiginosamente. Antes eran producidas desde el sentido, desde los relatos emancipadores que veían las acciones presentes como parte de una historia y búsqueda de un futuro renovador. Hoy "la cultura es sometida a valores que dinamizan el mercado y la moda (consumo), las decisiones políticas y económicas se toman siguiendo la seducción inmediatista del consumo, el libre comercio sin memoria de sus errores, la importación atropelladora de los últimos modelos que lleva a recaer una y otra vez, como si cada una fuera la primera, en el endeudamiento y la crisis de la balanza de pagos".

El cambio cultural también tiene raíces en la incertidumbre generalizada por la globalización dada la estrategia de reducir fuentes de empleo para minimizar costos de producción. Esta ahistoricidad se refuerza con el olvido inmediato asociado a la adquisición y consumo desenfrenado de los bienes y servicios ofrecidos por el mercado.

Lo sociocultural ha sufrido entonces ciertas transformaciones:

1. Lo local y lo nacional comienzan a estar al servicio de lo transnacional.
2. Se cambian las formas de vida y de convivencia -del barrio se pasa a los condominios, de la interacción a la "diseminación policéntrica de la mancha urbana".
3. Reelaboración de lo propio, dado fundamentalmente por una economía y consumo globalizante que lleva a confundir y ocultar lo que es propio y deja ver con más claridad lo que es ajeno. Del territorio, la cultura se desplaza, entonces, a la dimensión del consumo. Sin embargo vale

aclarar que "si somos iguales en tanto ciudadanos -un hombre, un voto-, no lo somos en tanto consumidores".

4. Lo anterior lleva a redefinir la identidad y el sentido de pertenencia de tal manera que se crea confusión ya que éstas están determinadas por la elite o lo transnacional (que llega por vías del consumo y la publicidad).
5. El ciudadano deja de ser la representación de una opinión pública para convertirse en un consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. La identidad original del ciudadano y de la ciudadanía, tuvo en la globalización una veloz transformación que no dio tiempo a tomar posiciones críticas sobre las repercusiones en la identidad a nivel regional y nacional, que se manifiesta en el individuo y la sociedad. El consumo como nuevo "marco mediático" genera una nueva forma de ser ciudadano y de reelaborar el sentido sociocultural que opera en cuatro circuitos: a) lo histórico-territorial, entendido como hábitos y experiencias acumuladas a lo largo de varias épocas; b) culturas de élite, que es la construcción simbólica escrita y visual; c) cultura masiva, referida a los grandes espectáculos de entretenimiento; y d) los sistemas restringidos de información y telecomunicación, propios de quienes toman decisiones. Respecto a las culturas juveniles, éstas "dependen más de los dos últimos circuitos que de los dos primeros. En las nuevas generaciones las identidades se organizan menos en torno de los símbolos histórico-territoriales, los de la memoria patria, y más alrededor de los de Hollywood, Televisa o Benneton. Mientras que en las grandes ciudades los centros históricos pierden peso, las poblaciones se diseminan: lo jóvenes encuentran en ellas, en vez de núcleos organizadores, "márgenes para inventarse". "La identidad pasa a ser concebida como el "punto focal de un repertorio estallado de mini-roles más que como el núcleo de una hipotética interioridad contenida y definida por la familia, el barrio, la ciudad, la Nación o cualquiera de esos encuadres declinantes".

Y así como lo sociocultural se ha visto influido por lo massmediático, desde lo culto también se han generado dinámicas estéticas que afectan las pautas culturales de la juventud contemporánea. Desde las formas de producción artística instauradas por las vanguardias modernistas y posmodernistas, Canclini agrega a los ritos de *ingreso* o *pasaje*, propios de la tradición, los ritos de *egreso*. La *innovación*, instaurada por las vanguardias del arte a mediados de este siglo, se erige como rito para ingresar al mundo del arte. Las formas de representación deben ser por lo tanto nuevas, imprevisibles, diversas e irrepetibles. "Según este sentido de fuga permanente, para estar en la historia del arte hay que estar saliendo constantemente de ella." Tanto la cultura moderna como el arte posmoderno se han construido "negando las tradiciones y los territorios (...) sin la pretensión de ofrecer algo radicalmente innovador, incorporando el pasado pero de un modo no convencional".

Experiencia transcultural que incidió en las prácticas culturales juveniles contemporáneas. Así como los artistas "hacen de la destrucción de las convenciones, aún las del año pasado, su modo de enunciación plástica", los jóvenes pretenden ingresar a la historia desde la moda como experiencia estética, la cual les permite innovar, ser distintos y a la vez iguales entre sí. Unos y otros, como dueños de un campo estético y de un modo de enunciación plástica, proponen -dice Bordieu- una "lectura paradójica", pues suponen "el dominio del código de una comunicación que tiende a cuestionar el código de la comunicación". O en otras palabras, se quiere transmitir pero en una clave novedosa.

2. La juventud y lo juvenil

En este apartado pretendemos recoger distintas visiones del concepto "juventud". Coincidimos con Sonia Muñoz cuando afirma que el término debe entrecomillarse pues "designa un conjunto de fenómenos que merecen mayor claridad conceptual; esto es, que "juventud" debe pasar de ser una pura denominación del lenguaje ordinario a un concepto construido." La juventud como fenómeno social se hace visible con la llegada de la modernidad. ¿Acaso son suficientes los términos de clase, etnia o generación para describir este fenómeno? Consideramos que toda definición de juventud es dinámica, revisable y variable, por ser una construcción social histórica.

En la historia reciente de Colombia se pueden identificar, Según C. M. Perea, tres etapas en la construcción de imaginarios de juventud: En primer lugar la de la *juventud imaginada* que va hasta los años cincuenta y entendida como "eterno tesoro" y "futuro del país". El joven encarnaba entonces la esperanza futura para el país, dada su heroicidad y vitalidad. Los partidos liberal y conservador se apropiaron esta imagen del joven de manera diferente. Los rojos, en contraposición a los conservadores, resaltaron la imagen de lo juvenil y menospreciaron lo tradicional. Si embargo la juventud era el *medio* del cual el actor político se beneficiaba, sin colocar elementos que reivindicaran propiamente lo juvenil.

Entre 1950 y 1984 se identifica el período de la *juventud subvertora*, caracterizada por la crisis de la iglesia y los partidos políticos. Perdida la hegemonía de la Iglesia en el orden de los símbolos que mediaban las prácticas sociales, y erosionada la adscripción militante y sectaria a los partidos, surgió una nueva práctica política desde el lenguaje de la guerra. Esta crisis no era más que un síntoma a nivel nacional de la caída del paradigma moderno en el mundo. En este contexto "la dimensión imaginaria de la juventud se funde por primera vez con el ciclo vital específico depositando en los jóvenes la tarea de transformación de la sociedad. La juventud se convierte en portadora de los sueños de la subversión." Revolución simbólica manifiesta en los movimientos hippie, nadaista o

existencialista; insurgencia social a través de la militancia política en grupos de oposición legal e ilegal. "Lo que llevó a que el joven esperanza y futuro se trastoque en el joven-problema y desintegrado desde la crítica, la anomia y la altanería."

La *Juventud sin máscaras*, tercera etapa, marcó su hito de arranque en 1984 con el asesinato de Rodrigo Lara Bonilla, a manos de un sicario de 14 años. La adscripción del joven a bandas lo colocó ya no en el terreno de la moratoria social ni del imaginario de "adulto-futuro". Ahora se hacía presente en la esfera política, social y cultural. En la esfera política hace presencia en los consejos municipales de juventud y en las instancias que definen las políticas de relación Estado-juventud. En lo social, participa en la guerrilla y las fuerzas militares, así como en el proceso de producción, distribución y consumo de drogas. Y en lo cultural, "sus expresiones rotan en torno a la construcción de identidades ligadas a las demandas, expectativas y deseos de un ciclo vital de la existencia." De ser promesas del futuro "pasaron a ser constructores del presente, sin identidad propia, con otros valores y otras formas de construir y dar sentido a la vida."

Al despojarse de las formas tradicionales de representación social que los ubicaban en el "sin lugar" de la utopía pasada o futura, los jóvenes inician la búsqueda de su identidad en el ahora. Y la globalización está a la vuelta de la esquina para ofrecer lo que la tradición no puede. En las fisuras de una identidad afincada en los territorios urbanos, regionales o nacionales, eclosionan las más diversas formas de expresión juvenil. Dinamizadas por el contacto con las culturas "desterritorializadas" del Globo, las sub-culturas juveniles se integran a una "comunidad" transnacional de consumidores, portadora de nuevos universos simbólicos.

Respecto a sus formas culturales, Rossana Reguillo, afirma que los jóvenes "constituyen grupalidades diferenciales, adscripciones identitarias que se definen y organizan en torno a banderas, objetos, creencias, estéticas y *consumos culturales* que varían de acuerdo al nivel socio-económico, a las regiones, al grado de escolaridad, entre otros factores." Las *adscripciones identitarias* de las que habla Reguillo plantean un concepto de *identidad* entendido como acto de apropiación simbólica, pero ya no desde lo territorial sino desde los consumos culturales. La construcción social del concepto juventud la asumimos entonces en términos de moratoria social, generación, género, juvenilización, corporalidad, mercado y tribalización. Cada uno de estos aspectos lo consideramos cruzado por la noción de clase social.

1. **La moratoria social:** Al considerarse incompleto al joven, por no ser adulto, se le conceden escasas o nulas responsabilidades políticas,

económicas y sociales, pero tampoco se le reconocen derechos, ni se le imponen obligaciones. Desde esta perspectiva las estrategias para asumir a los jóvenes son el control y la formación. El joven al estar en "camino a ser" adulto es excluido de las decisiones políticas. Plantean la moratoria social atravesada por el estrato social, lo cual convierte en paradigmática la imagen de juventud que proyectan los jóvenes de clases altas, en condiciones de prolongar su ciclo educativo, como imaginario de futuro laboral. Esta es la imagen que toman de referencia los medios de comunicación. El tiempo libre que la moratoria social deja tiene connotaciones diferenciadas según el estrato: ocio creativo, legítimo y ligero para la juventud de élite; ocio culposo para los jóvenes desescolarizados y desempleados propensos a la marginalidad, la delincuencia o la desesperación. El primer ingreso al mercado laboral asemeja a los ritos de incorporación plena a la vida social, en tanto el joven empieza a producir y a consumir bienes y servicios.

2. **La generación.** Desde lo fisiológico, la edad juvenil está dada por los cambios que experimenta la persona en su cuerpo; desde lo psicológico, por la adecuada inserción en su entorno; y desde lo social, por la finalización de sus estudios, la incorporación al mundo del trabajo, la formación de un hogar propio y la conducción de asuntos de la sociedad. Pertenecen a una generación las personas que comparten no sólo la misma fecha de nacimiento sino una "zona de fechas", que las marca con unos valores, dificultades y desafíos, que incidirán en su visión histórica del mundo. Así como las características socioeconómicas de clase proporcionan una alineación vertical de la población, la generación, referida como un edad colectiva, permite una alineación horizontal. "La generación es adscrita, persevera, acompaña en la vida, pero la juventud es sólo uno de sus estadios: las generaciones jóvenes envejecen, cambian de estatus con el mero transcurrir del tiempo". Cada generación comparte códigos culturales, espacios sociales que no siempre coinciden con los de las cohortes generacionales siguientes. La clase, aunque permite predecir rumbos sociales por ser relativamente continúa, es susceptible a los ritmos de la historia que pueden provocar ascensos y descensos en la escala social. La adscripción generacional incorpora a los individuos en los códigos culturales dominantes en su período histórico, que orientarán sus percepciones, gustos, valores, y modos de apreciar, "que desembocan en mundos simbólicos heterogéneos con distintas estructuraciones de sentido." Se es joven al pertenecer a la generación más reciente. La interacción generacional plantea roles definidos al interior de cada institución, que permiten el paso a posiciones de mayor prestigio y poder que marcan su identidad, como en la familia, la escuela, el ejército, las empresas, los partidos, etc.... Al poseer un mayor número de años por vivir, genera un imaginario confiado, distanciado de la muerte, de la enfermedad, de la vejez. Así los jóvenes de los sectores

bajos no puedan reproducir ni consumir los signos externos de lo juvenil difundidos por los medios, se advierte un esfuerzo por apropiarse de ese estereotipo.

3. **La juvenilización:** como extensión del consumo de los signos juveniles, la juvenilización se entiende como "un complejo articulado de signos que atraviesan el contexto cultural de la actualidad; con él confluyen dos series de acontecimientos: por una parte, el avance de la cultura de la imagen y, además, el encumbramiento de lo juvenil, fetichizado por los lenguajes hegemónicos de la sociedad de consumo." Signos massmediatizados que pretenden orientar la identidad hacia el consumo, esconder la marcas del paso del tiempo en el cuerpo y la evocación de la muerte mediante tecnologías y ritos para el cuidado del cuerpo (gimnasia, dietas, cirugía, etc.) orientados hacia los signos exteriores de la juventud y no hacia la juventud misma. "la juvenilización habla de la búsqueda de un cuerpo inalterable, un espejo sin tiempo, una imagen sin pasado y sin las marcas de la historia y puede observarse, en sectores significativos de la sociedad, la caducidad de lazos de compromiso y solidaridad, antes vigentes". La juvenilización, como artificio y simulacro, aplanar la experiencia histórica de los sectores que en ella pretenden incluirse.
4. **La corporalidad:** "El cuerpo, entendido en un sentido amplio, con sus disposiciones habituales, sus posturas y gestos, su volumen, forma, tono y tensión, sus reacciones espontáneas o la indumentaria con la que se lo inviste, es el primer plano de la interacción social, un mensaje mudo que fatalmente se antepone a cualquier otro, un portador de sentido que mediatiza determinaciones sociales más amplias y diferidas." El cuerpo es textura, algo más que imagen, que se produce socialmente. Una cosa es la juventud y otra lo juvenil. Lo juvenil hace referencia al imaginario de juventud que la moratoria social de las clases dominantes proyectan a los demás sectores sociales, a través de signos externos que reflejan su particular concepto de juventud. Ser juvenil no implica, por lo tanto, ser joven; ni ser joven implica asumir los signos exteriores de juvenilidad. Muchos símbolos, modos de hablar, máscaras y fantasmas juveniles, afirma la investigadora Sonia Muñoz, "estarían modelando hábitos y formas de vida de otros sectores sociales". Continuando con el concepto de facticidad, Margulis y Urresti la definen como

"el abanico abierto de las posibilidades de realización personal y de performances vitales. Este espectro de posibles está reducido en los sectores no jóvenes, por la serie de acontecimientos que se han ido estructurando en cada elección realizada, y tiende a cerrarse con el paso de los años: el futuro se estrecha y comienzan a hacerse presentes actividades y situaciones para las que ya se ha hecho tarde. Tal universo de posibilidades cambia en su ángulo de apertura, es más amplio o estrecho, según la

condición de clase o de género, pero lo importante consiste en que es radicalmente distinto para jóvenes o adultos en el interior de un mismo segmento social. Para decirlo en otros términos, la juventud es un espacio de irreversibilidad menor que la adultez porque es menor la serie de las jugadas que se han realizado y mayor la que queda por hacerse, por lo que las posibilidades abiertas son más amplias, lo cual implica una manera diferente de estar en el mundo, con percepciones y apreciaciones distintas, con abanicos de opción más amplios, y con una frecuente sensación de invulnerabilidad que deriva de esa falta de huellas previas, raíz de la que emana esa característica imagen de la disponibilidad."

El cuerpo es, entonces, un *texto* sobre el cual se escriben, desde la adscripción social, las marcas de un cierto tipo de educación, actividades, recreación, gustos, preferencias, cuidados de la salud, hábitos alimenticios... De ahí que la juventud deba estudiarse más allá de la apariencia del cuerpo y del aspecto físico juvenil, es decir desde la complejidad implícita de la condición de juventud: el *contexto*. "La facticidad es la que hace que la juventud no sea solamente una palabra, una estética, o una moratoria social, sino un posicionamiento cronológico, una experiencia temporal vivida que se caracteriza por ser angosta, poco profunda, desde la que el mundo aparece nuevo, la propia historia corta, el conocimiento escaso, la memoria acumulada objetivamente menor, la vivencia de los acontecimientos diversa en relación con los que nacieron antes, todo lo cual se expresa en una decodificación diferente de la actualidad, en un modo heterogéneo de ser contemporáneo."

1. Género: En cuanto al género, los cambios físicos que determinan la madurez biológica en hombres y mujeres inciden en el tiempo y el ritmo en el que hombres y mujeres viven el período de la juventud. Para las mujeres la juventud está restringida por lo social y lo vital, aunque de manera diferenciada según la clase social y la cultura generacional. Desde el aspecto socioeconómico, las posibilidades de autorealización femenina más allá de la maternidad, son mayores en los estratos urbanos medios y altos, gracias al acceso a métodos anticonceptivos, la educación, la autonomía sexual y la incorporación a la vida económica, entre otros derechos de la mujer. No ocurre así con las mujeres de estratos bajos urbanos y rurales. "Podría afirmarse que entre las clases medias y altas, para ser madre hay que ser mujer mientras que en las clases populares, para ser mujer hay que ser madre." "Género, generación y clase interactúan también en otros planos: (...) en la prolongación de la maternidad en las mujeres jóvenes, sobre todo de clase media, que inician más tardíamente su vida reproductiva. Eso incluye también a los varones y extiende para ambos géneros la condición de juventud vinculada con la prolongada preparación y aprendizaje, con el estudio y la vida universitaria, a veces con la bohemia y con el arte." Los avances médicos han posibilitado postergaciones en la gestación aún después de la treintena, brindando un mayor margen para la iniciación de la vida familiar.

2. **El joven oficial** o "la construcción imaginaria del heredero del sistema". La publicidad, constructora de sentidos sociales y colonizadora de los espacios públicos y privados, genera mensajes aparentemente neutros que implícita o explícitamente imponen normas en torno a la distinción y el prestigio. Posturas, peinados, adornos, combinados con los gestos, actúan en el relato publicitario como señales de identidad juvenil. La retórica de la mercancía produce así una idea de joven alrededor del consumo, dando origen al joven-mito que se caracteriza por ser empresario, deportista, insufrible, seducible, sin incertidumbres. Él viaja, hace deporte, conquista mujeres, es vigoroso, sin historia, espontáneo... Vive esta etapa sin conflicto. El joven mito, construido desde la tríada deseo-juventud-hiperconsumo, se convierte en la unidad mínima del lenguaje publicitario. El joven legítimo es la esperanza de futuro para el sistema que lo reproduce, así como su amenaza presente. Para mandar después, debe primero obedecer. Las distintas instituciones, desde su axiología del éxito, lo conciben como líder, héroe, heredero, modernizador, competitivo, economicista, antiestatista, defensor de la familia, controlador del conflicto, pragmático, manipulador... En una sola palabra: neoliberal.
3. **La tribalización** como resistencia múltiple y dispersión de identidades: Las *Tribus Urbanas* son las nuevas formas de sociabilidad que el joven contemporáneo usa y consume la ciudad. Desde la cultura neotribal el joven asume una doble oposición 1) al proceso de juvenilización que le plantea la Industria cultural y 2) a las propuestas sociales y culturales del *joven heredero*, ese imaginario inalcanzable para los sectores bajos, y desvinculado de la conflictividad social, la pobreza, el desempleo y la exclusión.

Agruparse con sus iguales es una forma de lograr identidad, pertenencia y reconocimiento, ante la estrechez y el cerramiento social. Ante la corporización excluyente del heredero, se refugian en ámbitos simbólicos de identidad autocreados y propios. Ante los frecuentes intentos de "asalto" a sus refugios por parte de las Industrias Culturales, los jóvenes se radicalizan.

"Esa opción por la marginalidad que las caracteriza tiene como horizonte la oposición al heredero imaginario. En el imaginario del joven legítimo se puede entrever, más allá de los costos que habría de enfrentar, los beneficios que para los más aptos y preparados, los más tenaces, perseverantes y ambiciosos, esperan en el futuro: control, influencia, la riqueza, prestigio. La opción por las tribus funciona como una deserción, una camino de vida alternativo, dirigido por otros valores, orientado hacia una dirección distinta, un abandono de la pelea antes de iniciarla, bajarse del tren antes de que el viaje comience. No se trata de pura resignación (aunque debe ser incluida en muchos casos), se trata también de resistencia activa -en algunas ocasiones reflexiva y en otras espontánea- contra el molde, implícito en las formas culturales hegemónicas, orientado hacia las generaciones que serán protagonistas en el futuro cercano."

La tribalización es una lucha simbólica entre clases y generaciones, que tiene como telón de fondo un mundo de estilos y estéticas fugaces, inestables, exasperantes y globalizantes al cual responden con un retorno a las formas de socialización no mediadas como las corporales, coloquiales, no funcionalizadas, que rescatan el gusto de "estar juntos sin más". Prima lo micro sobre lo macro, lo estético sobre lo ético, lo sensible sobre lo operativo y lo afectivo no-lógico. La tribu se construye en torno a complicidades afectivas como, por ejemplo, tertuliar, comer, asistir a conciertos, acechar, crear y participar en ritos. Los jóvenes de las clases urbanas emergentes, excluidos del sistema educativo, el trabajo y la vida política, devienen a veces en una autoexclusión deliberada, que se traduce en consumo de drogas, rebelión, delincuencia y apatía política en torno a los cuales construye nuevas formas de integración e identidad.

Para efecto de nuestra investigación, cada una de estas concepciones se toman a manera de hipótesis a ser validadas en la confrontación con la la realidad a estudiar. Ser joven es afrontar un tiempo de espera impuesto por la sociedad, sin un lugar claro bajo el sol de hoy. Pero el gran riesgo, en especial para el joven de estartos bajos, es que el "mientras tanto" se convierta en un "definitivamente". Ser joven es compartir una misma condición sociocultural dominante en un período histórico, sus códigos de consumo, sus ritos compartidos con aquellos nacidos en fechas vecinas. La juventud es un hecho socioeconómico, psicosocial, y sociocultural. La juventud es un modo diferente de ser contemporáneo, con ritmos diferenciados en hombres y mujeres. Ser joven es compartir o no un imaginario oficial, es prepararse para la defensa de su identidad organizándose con sus iguales en nuevas formas de tribalización que implican manifestaciones simbólicas e imaginarias. Decir "Joven" es nombrar formas diversas de sentir, pensar y actuar.