

mesas redondas

¿Tribus? ¿urbanas?

Carles Feixa Pámpols

RESUMEN

Las culturas juveniles —conocidas en España bajo el epíteto de “tribus urbanas”— han sido uno de los temas más recurrentes en la caracterización social de la juventud en las últimas décadas. De hecho, la historia de los últimos 25 años puede leerse a partir de la emergencia, difusión, diversificación, masificación y decadencia de diversos estilos juveniles, en su mayoría de carácter transnacional. Estos estilos han sido tomados a veces como metáfora del cambio social, es decir, como imágenes condensadas de los cambios en las formas de vida y los valores que ha vivido la sociedad española en su conjunto durante todo el periodo. De los primeros *hippies* a los últimos *ravers*, pasando por *punks*, *mods*, *rockers*, *pijos*, *makineros*, *skinheads*, *ultras*, *heavies*, *nuevaoleros*, *grunges*, *okupas*, *hackers*, *fiesteros*, *fashion* y otros muchos estilos más o menos etiquetados, la historia de la transición española puede verse como la sucesión de diversas oleadas de presencia juvenil en la escena pública, vistas a veces con preocupación, y otras veces con admiración, por parte de las instituciones sociales y de los medios de comunicación. La ponencia repasará la presencia de estos estilos, centrándose en un caso reciente que ha atraído la atracción mediática: los Latin Kings¹.

INTRODUCCIÓN

«De acuerdo con el Real Diccionario de la Lengua Española, ‘tribus’ significa ‘conjuntos de familias nómadas, por lo común del mismo origen, que obedecen a un jefe’. El concepto ‘urbano’ se emplea para referirse a la ciudad, lo cual significa que ‘tribus urbanas’ remite a los primeros pobladores de las ciudades. Es decir, al salvajismo de los que actúan sin freno, sin atenerse a normas, y, donde lo que prima es la ley del más fuerte.» (Donald, 1995: 25).

Los estilos juveniles espectaculares, que habían ido surgiendo en Norteamérica y Europa occidental en las tres décadas que van de la posguerra a la crisis del petróleo (de 1946 a 1976), irrumpieron de golpe en la escena española al final del franquismo, siendo rebautizados en la época de la transición democrática con un epíteto novedoso que pronto hizo furor: ‘tribus urba-

1. Este texto se basa en los resultados de una investigación finalizada sobre las culturas juveniles en España, encargada por el Instituto de la Juventud (Feixa & Porzio, 2004) y otra en curso sobre las bandas latinas, encargada por el Ayuntamiento de Barcelona (Feixa & Muñoz, 2004). El marco teórico es deudor del trabajo conjunto con la socióloga australiana Pam Nilan como editores del libro *Global Youth. Irbid Cultures and Plural Worlds* (Nilan & Feixa e.p.).

nas". Aunque los orígenes del término merecerían un trabajo sociolingüístico y etimológico más profundo, bastaría referirse a su difusión en la prensa escrita (que muestran cómo su uso se generalizó a mediados de los años ochenta, en relación con el fenómeno de las movidas nocturnas y con la llegada de los nuevos ayuntamientos democráticos). En cualquier caso, parece claro que el vocablo hizo fortuna, siendo utilizado indistinta y sucesivamente como etiqueta periodística, referente estigmatizador usado por las fuerzas del orden (a fines de los ochenta se creó una Brigada Tribus Urbanas) y concepto teórico más o menos denso. Dicho de otra manera, se trata de una definición verbal que pretende ser al mismo tiempo *palabra* (etiqueta lingüística), *cosa* (lo que esta definición designa) y *concepto* (que utiliza palabras para comprender la naturaleza de las cosas) (Cfr. Machado, 2004).

Esta polisemia se trasladó más tarde a la literatura académica, pues la expresión empezó a ser usada como término *emic* utilizado en el argot cotidiano de los jóvenes, pero también como referente *etic* que aspira a representar e interpretar la realidad e incluso como construcción teórica que confunde la sociedad con sus metáforas (la caverna con la imagen que de ella nos hacemos). En las primeras referencias al término que hemos encontrado en la literatura científica española (Feixa, 1988; Barruti, 1990) ya se alude a los riesgos que comporta esta polisemia, que volvió a resurgir cuando el uso académico se generalizó a partir de mediados de los años noventa. La identificación entre palabras y cosas, conceptos y preconceptos, pudo ser inducida por una coincidencia que introdujo confusión: la publicación en 1990 del libro *El tiempo de las tribus*, del sociólogo francés Michel Maffesoli (cuya versión francesa se había publicado en 1988). El autor introducía una sofisticada teorización sobre el proceso de tribalización en la sociedad posmoderna, pero poco tenía que ver con la juventud y menos con el término "tribus urbanas", pues en Francia los debates teóricos eran bien distintos (Maffesoli: comunicación personal). La recepción del libro en España tuvo efectos saludables, al propiciar la discusión conceptual cuando los trabajos de la escuela de Birmingham no se habían difundido. Sin embargo, algunos autores empezaron a aplicar acríticamente los conceptos de Maffesoli, identificando continente con contenido, realidades con metáforas (*Tribus urbanas*, de Costa, Pérez, Tropea, 1996).

En el número monográfico que la revista *Cuaderno de Realidades Sociales* dedicó al tema en 1995, se encuentra una perla que Scandroglio ha puesto en evidencia (2004). Utilizando la definición que del término 'tribu' hace el diccionario de la RAE, se hacen tres deducciones antológicas: a) tribus urbanas "remite a los primeros pobladores de las ciudades" (es decir, a las supervivencias atávicas en el mundo urbano); b) estas tribus se basan en el "salvajismo de los que actúan sin freno, sin atenerse a normas" (es decir, los miembros de las tribus son individuos anónimos); c) "lo que prima es la ley del mas fuerte" (es decir, su organización es gregaria, sujeta a los designios del jefe). Al margen de esas consideraciones coinciden con la desfasada teoría de la recapitulación del psicólogo darwinista Stanley Hall (1904; Cfr. Feixa, 1998), reproducen casi al pie de la letra el contenido de informes policiales y noticias periodísticas, como las que citamos más adelante: "Sonoros nombres, etiquetas de punkies, heavis, mods, rockers que los guarecen en la caliente seguridad de su tribu respectiva. En ocasiones el hacha de guerra es desenterrada para teñir de sangre un mundo lleno de música" (*Triunfo*, 1984: 31). Sería relativamente fácil contestar la definición recordando que el concepto de *tribu* (como organización segmentaria en sociedades sin estado) ha sido criticado por los mismos antropólogos, que han puesto en evidencia que a menudo las fronteras tribales son inventos del colonialismo (Godelier, 1974); que no son supervivencias atávicas sino signos de innovación y que en su extensión priman los criterios generacionales más que los territoriales urbanos (Canevacci, 2000; Reguillo, 2001); que lo que las caracteriza no es la anomia sino el estilo, la creación de pautas y valores cuya lógica a menudo es invisible desde fuera (Hebdige, 2004; Willis, 1998); y que los liderazgos son casi siempre situacionales, excepto en aquellos casos en los que se adscriban a camarillas y grupos de poder promocionados por adultos (Whyte, 1972; Monod, 2002); etc. Lo sor-

pendiente del caso, sin embargo, es que al extenderse el uso académico del término, las “tribus urbanas” dejaron de ser un concepto-depósito para convertirse en un concepto-espejo sujeto a discusión teórica, que en los últimos años incluso se ha empezado a utilizar también en la literatura científica internacional.

Queremos dejar claro de entrada que en nuestra opinión el término “tribus urbanas” puede utilizarse únicamente como una metáfora, es decir, como la imagen condensada de un proceso, usada en el lenguaje cotidiano para referirse a una serie de fenómenos complejos. Ello significa que no consideramos las ‘tribus urbanas’ como una realidad, sino como un camino para investigar críticamente las culturas juveniles. De la misma manera que el concepto de “tribu” puede usarse en antropología a condición de no ser identificado con una realidad geohistórica estanca, la expresión “tribus urbanas” puede ser útil para reflexionar sobre la metamorfosis de la condición juvenil en la era digital. En un libro reciente, el sociólogo portugués José Machado aplica el concepto a los revitalismos juveniles de tipo religioso (*carecas de Cristo*), musical (*hip-hoperos*, *mangueBit's*) e incluso festivo (los nuevos carnavales brasileños, los raves neotribales). Para el autor, las tribus urbanas son formas de metaforizar las identidades disidentes y dramatizar el conflicto social que aluden a su significado etimológico (*tribé*, en griego, se refiere a la resistencia de cuerpos que se oponen, y por extensión a las dinámicas de identificación/diferenciación entre grupos étnicos o de parentesco). Lo que implica distinguir entre las *denotaciones* y las *connotaciones* (o en otras palabras: entre las potencialidades heurísticas y las fragilidades semánticas, entre la *alusión* y la *ilusión*) (Machado, 2004: 12-5).

En otro lugar hemos propuesto una conceptualización de las culturas juveniles que retomamos aquí (Feixa, 1998). En un sentido amplio, las *culturas juveniles* se refieren a la manera en que las experiencias sociales de los jóvenes son expresadas colectivamente mediante la construcción de estilos de vida distintivos, localizados fundamentalmente en el tiempo libre, o en espacios intersticiales de la vida institucional. En un sentido más restringido, definen la aparición de “microsociedades juveniles”, con grados significativos de autonomía respecto de las “instituciones adultas”, que se dotan de espacios y tiempos específicos, y que se configuran históricamente en los países occidentales tras la II Guerra Mundial, coincidiendo con grandes procesos de cambio social en el terreno económico, educativo, laboral e ideológico. Su expresión más visible son un conjunto de estilos juveniles “espectaculares”, aunque sus efectos se dejan sentir en amplias capas de la juventud. Hablamos de culturas (y no de subculturas, que técnicamente sería un concepto más correcto) para esquivar los usos desviacionistas predominantes en este segundo término. Hablamos de culturas juveniles en plural (y no de Cultura Juvenil en singular, que es el término más difundido en la literatura académica) para subrayar la heterogeneidad interna de las mismas. Este cambio terminológico implica también un cambio en la “manera de mirar” el problema, que transfiere el énfasis de la marginación a la identidad, de las apariencias a las estrategias, de lo espectacular a lo cotidiano, de la violencia al ocio, de las imágenes a los actores.

Desarrollando y al mismo tiempo cuestionando la tradición subcultural de la escuela de Birmingham, diversos autores —básicamente anglosajones— han propuesto términos como “culturas de club” (Thornton, 1995), neotribus (Bennet, 1999), post-subculturas (Muggleton & Weinzierl, 2003), escenas (Hesmondhalgh, 2005), redes (Juris, 2005), etc. Todavía no hay consenso en el uso de estos términos, aunque la idea de fondo es remplazar la tradición “heroica” de la escuela de Birmingham (subculturas obreras resistentes, contraculturas burguesas opositivas) por un tipo de aproximaciones menos románticas y más pragmáticas (inspiradas en las teorías de la distinción de Bourdieu, pero también en el neotribalismo de Maffesoli, y crítica feminista de McRobbie y el informacionalismo de Castells), que puedan dar cuenta de la fluidez, variedad e hibridación presente en las culturas juveniles contemporáneas. En un ensayo sobre la Generación X, el antropólogo italiano Massimo Canevacci reflexiona sobre las mutaciones del concepto de

juventud en el tránsito al siglo XXI. Por una parte los conceptos que desde los años sesenta habían “construido” la juventud como grupo autoconsciente entran en crisis (fin de las contraculturas, fin de las subculturas). Por otra parte se produce una dilatación del concepto de juventud (fin de las clases de edad y de los pasajes generacionales) y al mismo tiempo una exterminación de los jóvenes en cuanto sujetos (fin del trabajo, fin del cuerpo). El resultado son “culturas fragmentarias, híbridas y transculturales” (Canevacci, 2000: 29). ¿Culturas juveniles sin jóvenes?

CULTURAS JUVENILES EN ESPAÑA: PASADOS

«¿Por qué cada día se ven más chicos con melena? Es una pregunta que todos nos habremos hecho en más de una ocasión pero... ¿Le hallamos respuesta? No; no la hallamos ya que es para nosotras incomprendible que haya chicos capaces de despreciar una de las cualidades que nosotras más admiramos y apreciamos en ellos: un aspecto varonil. Por eso nos llena también de estupor ver que prefieren convertirse en ridículos maniqués que exhiben un “suéter” distinto a cada hora del día. Y en el colmo del mal gusto hasta son capaces de colgar una cadenita de su brazo. A este paso no sería de extrañar que algún día los viésemos tan cargados de bisutería como un “gran jefe indio” ¿De qué habrá servido entonces tantos años de civilización, si hay quien se empeña en hacer el indio todavía?» (N. Ros, “Nueva ola”, *Revista Relevo*, 42-43, Lleida, 1964).

La emergencia de las culturas juveniles en España se produce en pleno régimen franquista, aunque corresponda a la fase denominada “dictablanda” que comprende las casi dos décadas que van de los planes de desarrollo (1959) a las primeras elecciones democráticas (1977). En el ámbito institucional, se produce la conversión del Frente de Juventudes en Organización Juvenil Española, sustituyendo las formas de encuadramiento autoritario de los jóvenes por otras fórmulas de servicios a la juventud más cercanas a los modelos democráticos (Sáez, 1988). En el ámbito académico, las ciencias sociales (sicología social, sociología y antropología) están todavía bajo sospechosa de simpatizar con los movimientos democráticos, aunque en el seno del Instituto de la Juventud surge una tendencia modernizadora que empezará a servirse de las técnicas de la sociología empírica para promover las primeras encuestas a la juventud (Martín Criado, 1998; De Miguel, 2000). Sin embargo, el tema de la cultura juvenil apenas aparece en estas encuestas, que ofrecen una visión sobre las actitudes y valores entendidos en un sentido muy general. Para encontrar referencias a los estilos juveniles que en Europa y Estados Unidos hace tiempo que existen, debemos mirar hacia otro tipo de discursos. En su mayoría, se trata de traducciones o adaptaciones de publicaciones internacionales, aunque a menudo aparecen comentadas o incluso censuradas, como sucede con la versión española de un tratado sobre los *hippies* (Cartier & Naslednikov, 1974). Pero también van apareciendo estudios realizados por investigadores españoles. En primer lugar, tratados vinculados a la literatura edificante o a la criminología, normalmente obra de autores eclesiásticos, que se interesan por la influencia negativa de las nuevas corrientes en la moralidad de los jóvenes, vistas bajo el doble prisma del gamberismo y la disidencia político-cultural (Trias, 1967; López Riocerezo, 1970). En segundo lugar, escritos de periodistas o escritores, ya sean crónicas urbanas que narran el nacimiento de una cultura de consumo en los márgenes de la gran ciudad (Gomis, 1965; Huertas, 1969) o bien libros de viajes de autores que tras viajar por Europa y Norteamérica escriben sus impresiones sobre la contracultura en un tono entre documental y testimonial (Melgar, 1971; Mellizo, 1972; Carandell, 1972; De Armas, 1975). En tercer lugar, algunos ensayos más académicos, a caballo entre la filosofía comprometida y la sociología empírica, entre los que destacan sendos textos de intelectuales represaliados por el régimen franquista sobre la protesta universitaria (Tierno Galván, 1972; Aranguren, 1973) y algunos estudios de jóvenes investigadores que suponen un primer intento de basar las teorías en datos recogidos sobre el terreno (Gil Muñoz, 1973; Salcedo, 1974).

A fines de los años setenta, coincidiendo con la transición democrática, había irrumpido en España el escenario de un nuevo sujeto social, bautizado con una significativa etiqueta: "Tribus urbanas". Los medios de comunicación pronto dedicaron gran atención al fenómeno: campañas de pánico moral (como la que siguió a la muerte de un joven *mod* a manos de un *rocker*) se combinaban con la apropiación comercial (como los reportajes en que se anunciaban las tiendas donde comprar los atuendos de cada tribu). Un *teddy boy* de Zaragoza escribió una carta al director para recordar que "las únicas tribus que existen en el mundo son las de los negros de África". Pero un *punk* minusválido ("el Cojo") se hizo famoso gracias a la televisión por destrozar una farola con su bastón, en las masivas manifestaciones estudiantiles de 1987, lo que suscitó el siguiente comentario a cargo de un columnista: "Los sociólogos deberían dar alguna explicación de este fenómeno africano y subdesarrollado" (citado en Feixa, 1988: 5). El contexto institucional se caracteriza por la democratización del Instituto de la Juventud y la transferencia a ayuntamientos y comunidades autónomas de las competencias en juventud. En casi todos estos ámbitos una de las primeras iniciativas de los nuevos organismos es la promoción de estudios a la juventud, casi siempre con la forma de las encuestas de opinión, analizadas y criticadas con brillantez por Cardús & Estruch (1984) para el caso catalán. Paradójicamente, en plena efervescencia de la movida, desaparecen los estudios cualitativos y testimoniales que podrían dar cuenta de las culturas juveniles emergentes. Solo al final del periodo aparecen algunos estudios que marcan un cambio de interés hacia el consumo cultural. Podemos agrupar a los estudios publicados durante el periodo en tres grandes ámbitos. En primer lugar, aquellos que se centran en las contraculturas juveniles de los setenta, ya sea para hacer un balance teórico (De Miguel, 1979; Moya, 1983), una reconstrucción histórica (Racionero, 1977). Destacan en esta dirección las contribuciones de Romani a las subculturas del hachis (1982), los trabajos de Funes sobre la delincuencia juvenil y los culturas emergentes (1984). En segundo lugar, los estudios basados en metodologías cuantitativas que empiezan a interesarse en el consumo cultural de los jóvenes, como un ensayo teórico sobre el consumo audiovisual de los jóvenes (Gil Calvo, 1985; Gil Calvo & Menéndez, 1985). En tercer lugar, algunos estudios protoetnográficos sobre el fenómeno de las movidas nocturnas y la emergencia de las tribus urbanas, como un artículo pionero sobre la discoteca Rock-Ola, una de las cunas de la movida madrileña (Muñoz, 1985).

A mediados de los ochenta se produce el reflujo de las tribus urbanas. Es la época de gobierno socialista en España, durante la cual se consolida en el poder una generación que había protagonizado la lucha antifranquista y que ve con cierta suspicacia la presencia de jóvenes aparentemente apáticos y despolitizados, cuyas estéticas y formas de vida descalifica como un fenómeno puramente comercial y consumista. Desde el punto de vista de las culturas juveniles, el periodo se caracteriza por tres procesos: la segmentación de las subculturas juveniles en múltiples estilos que aparecen como un catálogo de *El Corte Inglés*; el renacimiento de lo *pijo* (una forma de recuperar sin complejos la identidad de clase alta); la hegemonía de la marcha nocturna con el nacimiento del estilo *makinero* (a caballo de la proliferación de nuevos locales de diversión, de la explosión de la música electrónica de base comercial, y del surgimiento del mercado de las drogas sintéticas). Hay una cierta mitificación de la juventud del pasado: los viejos progres (ahora en el poder) idealizan su pasado rebelde y critican a los jóvenes por falta de contestación y vivir al dictado del consumo: es la hegemonía de lo *pijo*. Un sociólogo llega a proponer abandonar el término tribus urbanas y sustituirlo por el de tribus almaceneras: "Estas tribus rebeldes, organizadas de forma inorgánica, que inventaban gritos que eran como canciones, que sabían rasgar sus vestiduras para hacer uniformes sociales, que inventaban una manera de beber, de comer, de sentarse, de caminar, de hablar o de saludar y vestirse, ya no tienen sentido... Los *hippies* hace tiempo que están enterrados... En cambio, los *pijos*, incondicionales de los grandes almacenes, son sin duda la tribu hegemónica de los años 90" (Ruiz, 1994: 192-6). Entre los estudios sobre las culturas juveniles que se publican en este periodo, podemos destacar tres grandes líneas. En primer lugar, los primeros intentos de balance teórico-con-

ceptual, entre los que destacan distintas formulaciones teóricas y aportaciones históricas (Ucelay, 1987; Feixa, 1993). En segundo lugar, monografías locales e investigaciones policiales sobre los ultras del fútbol y los *skinheads* (Barruti, 1990). En tercer lugar, estudios etnográficos que cuestionan las categorías al uso y proponen nuevas metodologías basadas sobre todo en el uso de historias de vida, entre los que destacan diversas tesis de licenciatura y doctorado (Gamella, 1989; Feixa, 1990; Adán, 1992) y diversos estudios monográficos sobre fanzines (Aymerich, 1990).

En los años noventa se produce la explosión *skinhead* en ultras del fútbol y de los *okupas*, versión hispánica de los *squatters* que habían surgido en el post-68 vinculados a la ocupación de casas desocupadas para destinarlas a la experimentación de nuevas formas de convivencia juvenil y alternativas contraculturales. Entre las numerosas publicaciones del periodo, podemos destacar tres grandes tendencias: los ensayos generales, los informes aplicados y los estudios etnográficos. En primer lugar, aparecen diversas publicaciones que aspiran a dar una visión general de las distintas tribus urbanas, aunque casi siempre se basen en investigaciones limitadas en el espacio y en el tiempo. Por orden de edición, debemos citar el monográfico de la revista *Cuaderno de Realidades Sociales* dedicado a las tribus urbanas (VVAA, 1995; Adán, 1995; Delgado, 1995; Donald, 1995); un ensayo del periodista Pepe Colubi, que constituye una divertida categorización musical (1997); una original monografía sociológica que intenta aplicar las teorías de Bourdieu al estudio del gusto juvenil (Martínez & Pérez, 1997); el libro de Aguirre & Rodríguez que concentra buena parte de los defectos de esta perspectiva (1998). En segundo lugar, las instituciones públicas y las fuerzas del orden encargan estudios aplicados sobre tres problemáticas causadas por las tribus urbanas percibidas como las más lacerantes: la violencia urbana, la ocupación y el consumo de drogas sintéticas (Martín Serrano, 1996; Ibarra, 1996; Heruzo & Gretzner, 1998; Ruiz, 1998). En tercer lugar, empiezan a publicarse las primeras investigaciones etnográficas homologables, fruto de un trabajo de campo serio y de un conocimiento directo de la bibliografía internacional sobre la cuestión. Debemos destacar, en esta dirección, diversos estudios sobre *skinheads* (Adán, 1996), *punks* (Feixa, 1998), *okupas* (Costa, 1998) y *heavies* (Martínez, 1999).

CULTURAS JUVENILES EN ESPAÑA (Y EUROPA): PRESENTES

«Mezcla y unión, eso era lo que se vio y escuchó en el Sot la noche del sábado. Y la prueba más aplastante de ello la dieron... los perros. Si los callejeros impuros con pañuelo al cuello y pulgas al lomo suelen monopolizar la aportación canina a la contestación, en la verbena antiglobalizadora del Sot se vieron también diminutos perros de compañía, lanudos animalitos sin duda desparasitados, con lazos y correas brillantes. Quien quisiera circunscribir la contestación a grupos *neohippies* o *neopunkis* no tenía nada más que mirar al suelo para comprobar tal variedad perruna aunque por ende sugería una paralela variedad humana que daba al traste con los apriorismos...» («La fiesta de la contestación», *El País*, 10-03-02).

Con el cambio de milenio, las culturas juveniles se generalizan en España a partir de tres grandes tendencias. En primer lugar, renace un cierto activismo en la escena pública que se proyecta en el denominado movimiento antiglobalización y sus repercusiones culturales (de la música de Manu Chao a un cierto *neohippismo* en la moda). En segundo lugar, se generaliza la llamada «cultura de baile», simbolizada en el movimiento fiestero, en sus distintas vertientes (la más intelectualizada en torno a festivales como Sónar, publicaciones digitales y el estilo *techno*, la más lúdica en torno a los nuevos clubes y el estilo *fashion*, y la más clandestina en torno a las fiestas *rave*). En tercer lugar, la difusión de internet abre espacio a la generación de culturas de habitación y comunidades virtuales que se expresan en estilos como *ciberpunks* y *hackers*),

aunque el uso del espacio virtual afecta a todos los grupos (de los *skins* a los *okupas*). El impacto de los elementos distintivos de las culturas juveniles se proyecta hacia otros grupos de edad (como los preadolescentes y los jóvenes adultos, también llamados *adulescentes*: Verdú, 1999). Pero lo más representativo del período es la difuminación de las fronteras entre las distintas subculturas, y los procesos de sincretismo (de "mezcla y unión", en los términos del reportaje periodístico), que quedan reflejados en el recorrido visual que haremos más tarde.

Podemos distinguir cinco grandes tendencias de los estudios publicados en este período. En primer lugar, monografías sobre los dos grupos protagonistas de la década anterior en forma de crónica periodística (Salas, 2002; Batista, 2002), de análisis militante o de denuncia (Ibarra, 2003) o de análisis sociológico aplicado (Gomà, 2003). En segundo lugar, estudios etnográficos sobre la escena fiestera (en sus distintas vertientes *makinera*, *techno*, *raver* y *fashion*), ya sean etnografías centradas en las rutas del éxtasis (Gamella & Alvarez, 2001), reflexiones teóricas sobre el proceso de globalización (Lasén & Martínez, 2001), o una excelente crónica periodística sobre una de las catedrales de la escena *techno*: la discoteca Florida 135 (Gistain, 2001). En tercer lugar, estudios sobre los novísimos movimientos sociales, que caracterizan la emergencia de estilos alternativos y *antiglobos* (Romani & Feixa, 2002). En cuarto lugar, estudios que pese a centrarse en algún grupo focalizan la investigación en algún aspecto temático relevante, como la música (Viñas, 2001), el género (Martínez, 2001), la comunicación (Tinat, 2002), el tatuaje (Porzio, 2002), los medios (Delgado, 2002), el graffiti (Reyes & Vigara, 2002) o la historia de los precedentes de las culturas juveniles (Cerdà & Rodríguez, 1999). En quinto lugar, estudios que profundizan en el impacto de las culturas juveniles en la vida cotidiana de los jóvenes, o en términos de Willis de su "cultura viva" (Lasén, 2000; Rodríguez, 2002). En el último año se han publicado cinco libros sobre otros tantos escenarios fundamentales: una exhaustiva revisión de los aspectos culturales del fenómeno 'botellón' (Baigorri & Fernández, 2004); una completa colección de ensayos sobre el movimiento *okupa* (Adell & Martínez, 2004); una documentada crónica periodística sobre los orígenes de la ruta del *bakalao* (Oleaque, 2004); un ensayo desmitificador sobre la escena *skinhead* y sus conexiones con la política, el fútbol y la música (Viñas, 2004); una recopilación periodística sobre las distintas tribus (Delgado & Lozano, 2004). Además, se han presentado una serie de tesis doctorales en distintas universidades y desde varias disciplinas científicas: un documentado trabajo sobre el *euskal punk* (Porrás, 2004); una etnografía sobre las culturas de los jóvenes de origen inmigrante en el ámbito escolar (Alegre, 2004); una original incursión en una microcultura femenina "antiadélica" en la línea de Willis (Berga, 2004); y una excelente aproximación a las nuevas expresiones de la violencia juvenil, con particular atención a la subcultura *skinhead* (Scandroglio, 2004).

Nos gustaría acabar señalando algunas de las lagunas temáticas, teóricas y metodológicas de los estudios sobre culturas juveniles en España. Desde el punto de vista temático, la presencia femenina sigue siendo en gran medida marginal; además, los autores están demasiado condicionados por los discursos mediáticos sobre los "la juventud como problema": la mayor parte de estudios sobre el mundo fiestero se centran en el consumo de drogas (son escasos los que abordan la cultura electrónica como un todo); la mayor parte de estudios sobre *skinheads* se centran en los neonazis y en la violencia (son escasos los que abordan el mundo de los *skins* antirracistas y las chicas); la mayor parte de estudios sobre *okupas* se centran en su dimensión política y urbana (son escasos los que abordan las dimensiones afectivas y cotidianas de las viviendas ocupadas); la mayor parte de estudios sobre jóvenes inmigrantes se centran en el tema de la violencia y las bandas (son escasos los que analizan la identidad cultural de estos nuevos ciudadanos). Desde el punto de vista teórico, los estudios siguen adoleciendo una cierta desconexión respecto a las tendencias de investigación emergentes a nivel internacional: ello se debe en parte a la escasez de traducciones, pero también a la marginación de estas investigaciones por parte de la academia (que sigue considerándolas un tema "menor"); además, la mayoría de los autores siguen tratando a las tribus urbanas como unidades separadas, sin que

se analicen analíticamente sus interacciones y los procesos de hibridación cultural que se derivan de ellas. Desde el punto de vista metodológico, pese a los avances de la etnografía, su confusión con el periodismo y la crónica superficial es todavía evidente; además, sorprende la ausencia de estudios basados en historias de vida y autobiografías de los propios sujetos (los discursos generados dentro de los movimientos juveniles son casi inexistentes); también son raros los estudios que ponen en relación los estilos minoritarios con tendencias más generales de consumo dentro del mundo juvenil (el uso todavía limitado de la etnografía virtual y la investigación sobre el mundo digital es otra de las asignaturas pendientes).

CULTURAS JUVENILES EN ESPAÑA (Y AMÉRICA): FUTUROS

«Nuestro objetivo es proteger y asegurar la existencia cultural del pueblo latino y de nuestros antepasados.» (Latin King Bible)

El 28 de octubre de 2003 fue asesinado en Barcelona el adolescente colombiano Ronny Tapias, a la salida del instituto donde estudiaba, tras sufrir una agresión por parte de un grupo de jóvenes. Según la investigación policial posterior, el asesinato fue un acto de venganza de los miembros de una banda (los Ñetas), que supuestamente confundieron a Ronny con un miembro de otra banda (los Latin Kings) con el que se habían peleado días antes en una discoteca. El caso supuso el “descubrimiento” mediático del fenómeno de las “bandas latinas”, y despertó una oleada de “pánico moral” que no ha cesado desde entonces. Al cabo de un mes fueron detenidos nueve jóvenes de nacionalidad dominicana y ecuatoriana. Tres eran menores y fueron juzgados y condenados (entre ellos el supuesto autor material del crimen). El juicio a los otros seis (mayores de edad), realizado en abril de 2005, se ha convertido en un acontecimiento seguido con gran atención por parte de los medios de comunicación. Durante el juicio, las bandas (como realidad y como mito) tuvieron un protagonismo constante. Tras el fantasma de las bandas, una presencia ignorada: la de miles de muchachos y muchachas de origen latinoamericano, llegados a Barcelona desde fines de los años noventa (gracias fundamentalmente a diversos procesos de reagrupación familiar), *(des)terrados* de sus lugares y redes sociales de origen en uno de los momentos más críticos de sus vidas (la siempre difícil transición a la vida adulta), y enfrentados en su lugar de destino a adultos *(a)terrados* (madres superocupadas, padres a menudo ausentes, profesores y asistentes sociales inseguros, vecinos con miedo) frente a su liminaridad jurídica e institucional. Tras esta presencia inquietante, un espectro: el de nuevas formas de sociabilidad juvenil que cruzan las fronteras geográficas y temporales para reconstruir identidades globales que seguimos confundiendo con bandas tradicionales. Las identidades culturales de estos jóvenes surgen en un territorio fronterizo donde, además de la cultura hegemónica y las culturas parentales, confluyen varias tradiciones subculturales. Se trata de identidades híbridas que corresponden a las culturas juveniles de la era de la información, en la que se juxtaponen tradiciones locales y globales, americanas y europeas, presenciales y virtuales, entre las que podemos destacar cuatro matrices básicas (Matza, 1972; Brotherton & Barrios, 2003; Feixa & Muñoz, 2004).

En primer lugar, la **tradición norteamericana** representada por el modelo del *gang*. Aunque las bandas juveniles están estrechamente vinculadas al proceso de urbanización de los Estados Unidos y al proceso de “recuperación mágica” de la identidad étnica original por parte de las segundas y terceras generaciones de jóvenes cuyos padres o abuelos fueron migrantes, lo que se tradujo en el modelo de la banda territorial, cohesionada y básicamente masculina estudiada por los clásicos de la etnografía urbana (Thrasher, 1926; Whyte, 1943), en las últimas décadas se ha experimentado una evolución hacia formas de sociabilidad más complejas y desterritorializadas (Hagedorn, 2001; Vigil 2002). La historia de los Latin Kings —considerados una de las mayores bandas norteamericanas— es en este sentido emblemática. Surgidos en Chicago

al final de la II Guerra Mundial, cuando confluyen diversos *gangs* puertorriqueños, dominicanos, cubanos, etc., no es hasta fines de los años ochenta cuando los LK aparecen en la escena pública y se difunde por otras zonas del país. La constitución del "capítulo" de Nueva York que tiene lugar en la prisión de Collins en 1986 resulta de particular importancia. Un joven preso de origen cubano (conocido bajo el seudónimo de King Blood) entra en la banda y se erige como el líder supremo. En 1996 se elige a un nuevo líder (King Tone) que empieza a dar a los LK una dirección más política, centrada en la vindicación de la identidad latina y la condena de la brutalidad policial (Kontos, 2003). La banda (en realidad una compleja confederación de grupos locales) es rebautizada con el nombre de *Almighty Latin King Nation* (Todopoderosa Nación de los Reyes Latinos), añadiéndose después la versión femenina (*Latin Queens*). A partir de aquí se empiezan a generar una serie de producciones culturales (manifiestos, revistas, murales, sitios web) que desembocan en la *Biblia LK* (compilación de textos generados por los propios líderes). Ello supone la conversión de la "banda" territorial y con una matriz masculina y desviante en un "movimiento social" desterritorializado y con una matriz más plural en su composición de género y finalidades sociales. Contamos con una sugerente investigación etnográfica realizada durante esta "fase reformista" sobre esta transición que dista de ser pacífica y unívoca y a la que siguen oponiéndose poderosas fuerzas internas y externas (Brotherton & Barrios, 2004). A la difusión nacional le seguirá la expansión internacional (primero en América Latina y posteriormente en Europa), lo que acaba convirtiendo a los Latin Kings en una especie de "franquicia" transnacional con múltiples conexiones "glocales". Aunque los nodos locales se adscriban a este imaginario original, sus expresiones concretas son muy heterogéneas.

En segundo lugar, la **tradición latinoamericana** representada por el modelo de las pandillas o naciones. Las pandillas tienen carácter urbano: son una forma específica de habitar la ciudad; ejercen poder territorial: se expresan en vecindarios circunscritos por límites geográficos precisos; para las pandillas "el territorio es sagrado", tal vez lo único sagrado; nacen, se desarrollan en medio de la exclusión, los desplazamientos, las discriminaciones (racistas, culturales, clasistas...), las cuales señalan y denuncian con desenfado; son expresión y forma de trámite del conflicto, silenciado o negado por las imágenes publicitarias de las sociedades del bienestar; acuden al expediente de la criminalidad, desafiando el orden establecido; paradójicamente, también son una estructura afectiva: se construyen en el encuentro y conversación cotidianos, enfrentando la soledad y el miedo ambiente; no se les puede reducir ni a héroes (o víctimas) ni a villanos (o criminales): no se les debe confundir con las bandas profesionales, organizadas, poseedoras de grandes medios económicos (cuya fuente más conocida es el narcotráfico) e inmensa fuerza armada; aunque su apariencia externa toma prestados rasgos típicos de la cultura *hip-hop* no se les puede identificar con este rico estilo de vida que tramita el conflicto mediante retos de música y danza en la calle; viven en un contexto violento: vecinos organizados en defensas urbanas, operaciones de limpieza, actores armados, delincuencia común, medios de comunicación y hasta la policía (Reguillo, 2001; Cubides et al., 1998). En Ecuador las "naciones" son especies de confraternidades dedicadas a ciertas actividades como la música y el grafito, fundamentalmente pacíficas; también se entienden como organizaciones más grandes que una pandilla (varios centenares de miembros) dedicadas a actividades ilícitas. La pandilla constituye básicamente un grupo social, que produce regularmente dos tipos de conductas: enfrentamientos agresivos y soluciones materiales y/o simbólicos a sus integrantes. Solución extrema, como otras, a la acumulación de tensiones que deriva de vivir necesidades básicas no satisfechas y un proceso persistente de "estigmatización" (Cerbino, 2004). Pero también en América existen procesos de transformación de las "bandas" territoriales en movimientos desterritorializados y politizados, como sucedió en México en los años ochenta con las Bandas Unidas de Santa Fe y el Movimiento Punk de Neza (Feixa, 1998). En los últimos años, la creación de *imperios* (confederaciones o alianzas de varias naciones o tribus) supone una evolución hacia un nivel organizativo superior, tanto si permanece al nivel de la sociabilidad juvenil en un ámbito más amplio, como si confluye con el crimen transnacional organizado o con los nuevos movimientos

sociales opuestos a la globalización corporativa (Ferrándiz & Feixa, 2005).

En tercer lugar, la **tradición transnacional** representada por los estilos juveniles subculturales, conocidos en España con el nombre de tribus urbanas. Aunque en sus lugares de origen estos jóvenes habían tenido acceso a alguno de estos estilos que después de surgir en determinados contextos étnicos o nacionales experimentan un proceso de difusión internacional (como el *punk* o el *rap*), es sobre todo al llegar a su lugar de acogida (Barcelona y su área metropolitana) cuando toman contacto, de varias maneras, con la escena juvenil global, de la que toman prestados determinados elementos materiales e inmateriales. Por una parte, entran en contacto con la tradición local, representada tanto por las pandillas de barrio existentes en determinadas zonas de la periferia urbana, compuestas a menudo por jóvenes proletarios de migraciones antiguas y recientes (gitanos, andaluces, campesinos, etc.), por las asociaciones juveniles más o menos tradicionales, y por las rutas de ocio por locales nocturnos (Feixa, 1998). Por otra parte, se hacen también visible la tradición europea que actúa como caja de resonancia para estilos surgidos desde los años sesenta en determinadas ciudades del viejo continente (*skinheads*, *mods*, etc.) y al mismo tiempo actúa de mediadora de nuevos estilos que pese a que surgen en el Caribe o en los Estados Unidos, llegan como modas más o menos subterráneas en las grandes ciudades receptoras de inmigrantes. Frente a este conjunto de modelos propuestos por el mercado subcultural, los jóvenes latinoamericanos se sitúan por identificación, oposición o indiferencia, aunque lo más habitual es la adaptación de algunos elementos externos para reforzar la cohesión del grupo (Queirolo & Torre, 2005). Pese al discurso que postula la mera imitación de identidades grupales de origen, buena parte de las pautas culturales de las bandas se originan de hecho en los espacios urbanos de acogida. Sin embargo, las conexiones y desconexiones entre las culturas juveniles de los migrantes de distintos orígenes y de los autóctonos igualmente heterogéneos deben estudiarse con mayor profundidad: hasta ahora sólo tenemos noticias de las interacciones conflictivas, pero no de los intercambios creativos.

En cuarto lugar, finalmente, la **tradición virtual** representada por modelos identitarios juveniles que circulan por internet. En este caso, más que de tradiciones subculturales (o *ciberculturales*) propiamente dichas, se trata de nuevos espacios comunicativos que son al mismo tiempo el medio y el mensaje. Por una parte, internet es un espacio de información y consumo que difunde y amplifica estas nuevas retóricas identitarias: desde los locutorios de los barrios donde estos jóvenes residen (que comparten con inmigrantes adultos y con jóvenes autóctonos) pueden tener acceso a páginas *web* sobre los Latin Kings, a *weblogs* sobre la vida loca y a foros sobre las bandas. En los meses posteriores al asesinato de Ronny Tapias, la red se llenó de grupos de discusión en los que supuestos *latin kings* y *netas* se insultaban y retaban con total libertad (también existen páginas donde adquirir productos relacionados con la banda, como ropa, música —y al parecer incluso armas—). Alguno de estos foros tienen una participación muy elevada (más de 20 intervenciones diarias en momentos punta); en ellos pueden intervenir miembros de bandas de Barcelona y Madrid, otros jóvenes latinos, españoles próximos a las bandas, personas xenófobas e incluso miembros de los capítulos norteamericanos de los LK que con su *span-glish* característico preguntan cómo es posible que en Barcelona Latin Kings y Netas todavía esten en guerra cuando en Nueva York ya se hizo la paz. Por otra parte, internet ha globalizado las bandas, que se convierten en logos que, como las marcas comerciales (Nike o Levi's) trascienden las fronteras de consumo legal (franquicias) o ilegal (mafias). Estas "bandas postindustriales" (Hagedorn, 2001) ya no son grupos estrictamente territoriales con una estructura compacta, sino identidades "nómadas" que mezclan elementos culturales de los respectivos países de origen, de los países de adopción y de estilos transnacionales que circulan por internet.

EPÍLOGO: DE BANDAS LOCALES A TRIBUS GLOBALES

Las bandas latinas son un ejemplo paradigmático del proceso de transnacionalización de las

culturas juveniles en la era digital (Nilan & Feixa e.p.). Aunque las culturas juveniles emergen en determinados contextos nacionales y sociales, existen múltiples formas de comunicación transnacional, que hacen que jóvenes de lugares distintos y distantes se identifiquen con similares estilos. Más que una forma de conformidad e imitación, la adscripción a estos estilos puede ser una forma de representar tensiones y resistencias ocultas (Fornäs & Bolin, 1995; Nilan, 1990). El caso de las naciones latinas muestra una evolución de las bandas locales a las tribus globales en dos sentidos: como construcción social y como concepto teórico. Como construcción social, la difusión de estilos juveniles transnacionales puede conectarse con la consolidación de un mercado adolescente global (representado en logos internacionales), pero también con particulares contextos nacionales o locales en los que las tribus urbanas de convierten en metáforas de procesos de transición económica o política. Como concepto teórico, los usos y abusos del término "tribus urbanas" en España no puede reducirse a la difusión de las categorías de Maffesoli en la literatura académica internacional. En realidad, las tribus urbanas pueden ser una contribución hispánica al proceso de globalización de las culturas juveniles (Muggleton & Weinzierl, 2003; Machado & Blass, 2004). En 1968 Jean Monod (1968) ya había descubierto que las bandas de jóvenes constituyen el punto central alrededor del cual han venido a fijar sus estrellas de papel los mitos contemporáneos sobre la juventud. Un tercio de siglo después, en los albores del nuevo milenio, han cambiado las formas de agregación, las estéticas y estilos dominantes, las filiaciones de clase, la composición de género y los discursos hegemónicos sobre las culturas juveniles, pero no así la fascinación y el miedo provocados por sus estrellas de papel multicolor.

BIBLIOGRAFÍA

- Adán, T. (1996). *Ultras y skinheads: la juventud visible*. Oviedo: Nobel.
- Adán, T. (2004). "Ultras. Culturas de fútbol". *De Juventud*, 64: 87-100.
- Adell, R.; Martínez, M. (eds.) (2004). *¿Dónde están las llaves? El movimiento okupa: prácticas y contextos sociales*. Madrid: Catarata.
- Aguirre, A.; Rodríguez, M. (1998). *Skins, punkis, okupas y otras tribus urbanas*. Barcelona: Bárdenas.
- Alegre, M.A. (2004). *Geografies adolescents a secundària*. Bellaterra: UAB. Tesis doctoral.
- Amit-Talai, V.; Wulff, H. (eds). (1995). *Youth Cultures. A Cross-Cultural Perspective*. London: Routledge.
- Aymerich, R. (1990). *La premsa invisible. Fanzines a Catalunya*. Barcelona: El Llamp.
- Baigorri, A.; Fernández, R. (2004). *Botellón. Un conflicto posmoderno*. Barcelona: Icaria.
- Barruti, M. et al. (1993) (1990). *El món dels joves a Barcelona. Imatges i estils juvenil*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Batista, A. (2002). *Okupes. La mobilització sorprenent*. Barcelona: Rosa dels Vents.
- Bennet, A. (1999). "Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste". *Sociology*, 33 (3): 599-617.
- Berga, A. (2004). *Aprender a ser estimadas. Adolescència femenina i risc social: un estudi d'itineraris biogràfics i estratègies culturals des d'una perspectiva de gènere*. Bellaterra: UAB. Tesis doctoral.

- Berzosa, R. (2000). *¿Qué es eso de las tribus urbanas?* Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Brotherton, D.C.; Barrios, L. (2003). *The Almighty Latin King and Queen Nation. Street politics and the transformation of a New York City gang*. New York: Columbia University Press.
- Canevacci, M. (2000). *Culture eXtreme. Mutazione giovanili tra i corpi delle metropoli*. Roma: Meltemi.
- Carandell, J.M. (1972). *La protesta juvenil*. Barcelona: Salvat.
- Cardús, S.; Estruch, J. (1984). *Les enquestes a la joventut de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Cartier, J.P.; Naslednikov, M. (1974). *El mundo de los hippies*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Cerbino, M. (2004). *Pandillas juveniles. Cultura y conflicto de la calle*. Quito: El Conejo & Abya-Yala.
- Cerdà, J.; Rodríguez, R. (1999). *La repressió franquista del moviment hippy a Formentera (1968-1970)*. Eivissa: Res Pública.
- Colubi, P. (1997). *El ritmo de las tribus*. Barcelona: Alba Zoom.
- Costa, C. (1998). *La dimensión afectiva en los movimientos sociales. El caso del movimiento okupa*. Tesis de maestría. Bellaterra: UAB.
- Costa, C. (2004). "Okupas. Culturas de contestación". *De Juventud*, 64: 117-121.
- Costa, P-O.; Pérez, J.M.; Tropea, F. (1996). *Tribus urbanas*. Barcelona: Paidós.
- De Armas, B. (1975). "Valores y contravalores de una contracultura: el mundo hippy". *Revista del Instituto de la Juventud*, 58: 7-22.
- De Miguel, A. (1979). *Los narcisos. El radicalismo cultural de los jóvenes*. Barcelona: Kairós.
- De Miguel, A. (2000). *Dos generaciones de jóvenes 1960-1998*. Madrid: INJUVE.
- Delgado, M. (1995). "Cultura y parodia. Las microculturas juveniles en Cataluña". *Cuaderno de Realidades Sociales*, 45-46: 77-87.
- Delgado, M. (2002). "Estética e infamia. De la distinción al estigma en los marcajes culturales de los jóvenes", in Feixa, Costa & Pallarés (eds).
- Díez del Río, I. (1982). "La contracultura". *Revista de Estudios de Juventud*, 6: 101-132.
- Dirección General de la Guardia Civil (1998). *Jornadas sobre ideología, violencia y juventud*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Dirección General de la Policía (1993). *Análisis policial del racismo y xenofobia: Tribu Skin-head*. Madrid: Ministerio del Interior, mimeo.
- Donald, M. (1995). "Tribus urbanas: Los hijos de la cultura postindustrial". *Cuadernos de Realidades Sociales*, 45-46: 25-44.
- Feixa, C. (coord) (2004). "De las tribus urbanas a las culturas juveniles". *Revista de Estudios de Juventud*, 64.
- Feixa, C. (1988). *La tribu juvenil. Una aproximación transcultural a la juventud*. Torino: l'Occhiello.

- Feixa, C. (1993). *La joventut com a metàfora*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C.; Costa, C.; Saura, J.R. (eds) (2002). *Movimientos juveniles. De la globalización a la anti-globalización*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C.; Costa, C.; Pallarés, J. (eds) (2002). *Movimientos juveniles. Graffitis, grifotas, okupas*. Barcelona: Ariel.
- Feixa, C.; Costa, C.; Pallarés, J. (2001). "From okupas to makineros: citizenship and youth cultures in Spain", en A. Furlong; I. Guidikova (eds). *Transitions of Youth Citizenship in Europe. Culture, Subculture and Identity*. Strasbourg: Council of Europe Publishing: 289-304.
- Feixa, C.; Porzio, L.; Gutiérrez, I.; Bordonada, M. (2004). *Culturas juveniles en España. Tribus urbanas*. Madrid: INJUVE.
- Ferrándiz, F.; Feixa, C. (eds) (2005). *Jóvenes sin tregua. Culturas y políticas de la violencia*. Barcelona: Anthropos.
- Fornäs, J.; Bolin, G. (eds) (1995). *Youth Culture and Late Modernity*. London: Sage.
- Fouce, H. (2004). "El Punk en el ojo del huracán. De la nueva ola a la movida". *De Juventud*, 64.
- Funes, J. (1984). *La nueva delincuencia infantil y juvenil*. Barcelona: Paidós.
- Gamella, J.F. (1989). *La peña de la Vaguada. Análisis etnográfico de un proceso de marginación juvenil*. Madrid: UAM, Ph.D.
- Gamella, J.F.; Álvarez, A. (2001). *Las rutas del éxtasis*. Barcelona: Ariel.
- Gil Calvo, E. (1985). *Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masas*. Madrid: Tecnos.
- Gil Calvo, E.; Menéndez, E. (1985). *Ocio y practicas culturales de los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Gil Muñoz, C. (1973). *Juventud marginada. Los hippies a su paso por Formentera*. Madrid: Dopesa.
- Gistain, M. (2001). *Florida 135: Cultura de clubs*. Zaragoza: Ibercaja-Biblioteca Aragonesa de Cultura.
- Godelier, M. (1974). "El concepto de tribu". En *Economía, fetichismo y religión en las sociedades primitivas*. Madrid: Siglo XXI: 198-222.
- Gomis, J. (1965). *Cartes a set joves Juke-Box per al final de l'adolescència*. Barcelona: Edicions 62.
- González, R. (coord) (2003). *Joventut, okupació i polítiques públiques a Catalunya*. Barcelona: Secretaria General de la Joventut, Aportacions, 18.
- Hagedorn, J.M. (2001). "Globalization, Gangs, and Collaborative Research". En: Klein, M.W.; Kerner, H-J.; Maxson, C.L.; Weitekamp, E. (eds). *The Eurogang Paradox. Street Gangs and Youth Groups in the U.S. and Europa*. London: Kluwer Academic Publishers: 41-58.
- Hall, S.; Jefferson, T. (eds). (1983) (1976). *Resistance Through Rituals. Youth Subcultures in post-war Britain*. Hutchinson: London.

- Hall, S.G. (1915) (1904). *Adolescence: Its Psychology and its relations to Physiology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education*. New York: Appleton Century Crofts.
- Hebdige, D. (1979) (2004). *Subculture. The Meaning of Style*. London: Methuen and Co. (Subcultura, Barcelona, Paidós).
- Heruzzo, M.; Grenzner, J. (1998). "Desokupadas". *Ajoblanco*, 110: 28-31.
- Hesmondhalgh, D. (2005). "Subcultures, scenes or tribes?". *Journal of Youth Studies*, 8 (1): 21-40.
- Huertas, J.M. (1969). *Chicos de la gran ciudad*. Barcelona: Nova Terra.
- Ibarra, E. (2003). *Los crímenes del odio. Violencia skin y neonazi en España*. Madrid: Temas de Hoy.
- Juris, J. (2005). "Youth and the World Social Forum". *Youth Activism*. Social Science Research Centre. Online. Available HTTP: <www.ya.ssrc.org> (accessed 15 July 2005).
- Lasén, A. (2000). *A contratiempo. Un estudio de las temporalidades juveniles*. Madrid: CIS.
- Lasén, A.; Martínez, I. (2001). "El tecno: variaciones sobre la globalización". *Política y Sociedad*, 36: 129- 149.
- Levices, J. (1985). *Modas musicales y condiciones sociales*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- López Riocerezo, J.M. (1970). *Problemática mundial del gamberrismo y sus posibles soluciones*. Madrid: Studium.
- Machado, J.; Blass, L.M. (eds) (2004). *Tribos Urbanas. Produção artística e identidades*. Lisboa: Imprensa Ciências Sociais.
- Maffesoli, M. (1990) (1988). *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icària (*Le temps des tribus*. Paris: Méridiens Klincksieck).
- Martin Criado, E. (1998). *Producir la juventud*. Madrid: Istmo.
- Martin Serrano, M. (1996). *Los jóvenes ante la violencia urbana*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Martinez, R. (2001) (199). *Cultura juvenil i gènere*. Barcelona: Observatori Català de la Joventut.
- Martinez, R.; Pérez, J.D. (1997). *El gust juvenil en joc*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Martinez, S. (1999). *Enganxats al heavy. Cultura, música i transgressió*. Lleida: Pagès.
- Martinez, S. (2004). "Heavies, ¿una cultura de transgresión?". *De Juventud*, 64: 75-85.
- Matza, D. (1973) (1961). "Subterranean traditions of youth", in H. Silverstein (ed). *The Sociology of Youth: Evolution and Revolution*. New York: McMillan: 252-271.
- McRobbie, A. (ed) (1991). *Feminism and Youth Culture*. London: McMillan.
- Melgar, M.L. (1971). "La juventud actual y el fenómeno hippy", *Revista del Instituto de la Juventud*, 34: 39-55.
- Mellizo, F. (1972). "En torno a los 'hippies'". *Revista del Instituto de la Juventud*, 39: 103-119.
- Monod, J. 2002 (1968). *Los barjots. Etnología de bandas juveniles*. Barcelona: Ariel.

- Moya, C. (1983). "Informe sobre la juventud contemporánea". *De Juventud*, 9: 17-51.
- Muggleton, D.; Weinzierl, R. (eds) (2003). *The Post-Subcultures Reader*. London: Berg.
- Muñoz, A. (1985). "El ceremonial comunicativo y la expulsión de la palabra". *Los Cuadernos del Norte*, 29.
- Nilan, P. (2004). "Culturas juveniles globales". *Revista de Estudios de Juventud*, 64: 38-48.
- Nilan, P.; Feixa, C. (eds) (2005). *Global Youth. Hybrid Identities and Plural Worlds*. London: Routledge (in press).
- Oleaque, J.M. (2004). *En èxtasi. Drogues, música màkina y ball: viatge a les entranyes de 'la festa'*. Barcelona: Ara Llibres.
- Porras H. (2004). *'Negación'. Punk en la sociedad vasca. Investigación socioantropológica de un simbolismo liminal*. Donostia: Euskal Herriko Unibertsitatea, Tesis doctoral.
- Porzio, L. (2002). *Tatuaje, género e identidad. Un estudio sobre la subcultura skinhead en Cataluña*, tesis de master. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Queirolo, L.; Torre, A.T. (eds) (2005). *Il fantasma delle bande*. Fratelli Frilli Editore.
- Racionero, L. (1977). *Filosofías del underground*. Barcelona: Anagrama.
- Regulio, R. (2001). *Emergencia de culturas juveniles*. Buenos Aires: Norma.
- Reyes, F.; Vigarà, A.M. (2002). "Graffiti, pintadas y hip-hop en España". En Rodríguez (ed).
- Rodríguez, F. (ed) (1989). *Comunicación y lenguaje juvenil*. Madrid: Fundamentos.
- Rodríguez, F. (ed) (2002). *Comunicación y cultura juvenil*. Barcelona: Ariel.
- Rodríguez, F. (ed) (2002b). *El lenguaje de los jóvenes*. Barcelona: Ariel.
- Romani, O. (1982). *Droga i subcultura. Una història cultural del 'haix' a Barcelona (1960-1980)*. Tesis doctoral. Barcelona: UB.
- Romani, O.; Feixa, C. (2002). "De Seattle 1999 a Barcelona 2002. Moviments socials, resistències globals". *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 21: 72-95.
- Romo, N. (2001). *Mujeres y drogas de síntesis. Género y riesgo en la cultura del baile*. Donostia: Tercera Prensa-Hirugarren Prentsa.
- Ruiz, J.I. (1994). "Ni rebeldes ni narcisos (estilos de vida y juventud)". *Inguruak. Revista Vasca de Sociologia y Ciencia Política*, 10: 190-6.
- Ruiz, J.I. (ed) (1998). *La juventud liberta: Género y estilos de vida de la juventud urbana española*. Madrid: Fundación BBV.
- Salas, A. (2002). *Diario de un skin. Un topo en el movimiento neonazi español*. Barcelona: Temas de Hoy.
- Salcedo, E. (1974). *Integrats, rebels i marginats. Subcultures juveniles al País Valencià*. València: L'Estel.
- Thornton, S. (1996) (1995). *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Cambridge: Wesleyan University Press.

*Las experiencias de ocio como aprendizajes para la vida*¹

Domingo Comas Arnau

LAS EXPERIENCIAS DE LA VIDA Y EL APRENDIZAJE SOCIAL

Sabemos que el aprendizaje de la vida se produce a través de las experiencias (Wertsch, 1993) y también sabemos que una experiencia es una participación, activa o contemplativa, que exige la presencia de otras personas en un acto social efectivamente realizado (Mead, 1934). Cada participante asume un papel particular en la acción, pero a la vez es capaz de comprender la totalidad de la experiencia desde su propio punto de vista (Mead, 1934).

La mera verbalización de la experiencia resulta muy relevante para el aprendizaje en la infancia, pero a partir de cierta edad el aprendizaje de la vida adulta se sustenta sobre el contraste con las experiencias reales (Lipman, 1996).

Las experiencias de la vida que tienen una naturaleza compartida, implican un determinado grado de comunicación, que se traduce en una interiorización de las normas y los valores sociales representados por la propia experiencia (Wertsch, 1985).

El paradigma pedagógico evidencia que los niños aprenden no tanto a partir de los conocimientos acumulados, como de la posibilidad de visualizar los procesos que han conducido a tales conocimientos. Pero todo el acervo pedagógico sobre el aprendizaje se limita a la etapa de la niñez y apenas se ocupa de edades más avanzadas. En este sentido, apenas unos pocos textos proyectan las teorías del aprendizaje hasta los 17 años (Lipman, 1978), ¿cómo se aprende a partir de esta edad? Las teorías del aprendizaje no parecen plantearlo, quizá porque históricamente la actividad sociolaboral y la creación de una familia y hogar eran las únicas experiencias posibles. A partir de un cierto momento histórico se incluyó la experiencia educativa formal como un mecanismo de aprendizaje. En los últimos años han comenzado a identificarse como aprendizajes algunas experiencias vitales relacionadas con el ocio (Dumazedier, 1962; Elias y Dunning, 1986; Gershuny, 1988; Willis, 1992; Fave y Massimini, 1998).

No resulta frecuente "crear actos sociales inéditos", ya que los actos sociales son expresiones culturales estándar ya establecidas, mediadas por sujetos que las expresan de una manera cotidiana, constante y continua, aunque son posibles algunas transformaciones limitadas (Ivic, 1994). Así las experiencias de la vida transmiten valores socioculturales, bajo el formato de pequeños acontecimientos que dan lugar a saltos cualitativos en el aprendizaje y el desarrollo personal (Wersch, 1993). Como estas experiencias concurren, en cada nivel etario, con circunstancias históricas particulares, son portadoras de identidad generacional (Comas, 2003).

1. Una versión más completa de este texto puede consultarse en el IJE-2004.

Como consecuencia, las trayectorias vitales y la evolución de los jóvenes hacia la "condición de adultos" resultado de una manera inevitable un proceso **radicalmente comensurable** con la evolución social. Es decir, lo que los jóvenes hacen o dejan de hacer en sus itinerarios de socialización, en su aprendizaje de la vida adulta, es lo que la sociedad les marca. Se trata, en sociedades sometidas a continuos procesos de cambio, de algo muy distinto de lo que aprendieron sus padres, porque se ha adecuado a los nuevos referentes sociales y culturales.

Obviamente los jóvenes también producen sus propios estilos para responder a las exigencias sociales y culturales, pero para compensar la excesiva presencia de la falacia cultural de la "supuesta autonomía socio-cultural del sujeto joven", debemos hacer hincapié en una exigencia de comensurabilidad que implica un intenso grado de dependencia de los jóvenes a las demandas de la sociedad (Riviere, 1984). Ciertamente esto también les ocurre a los adultos (y a los niños), aunque en cada edad adquiere significados distintos. Vamos, por tanto, a estudiar el ocio juvenil desde la perspectiva de un "producto social" destinado a la socialización de los jóvenes.

Desde tal funcionalidad vamos a tratar de comprender las diferencias etarias, las especificidades de la percepción del ocio por parte de los propios jóvenes y cómo, tanto la percepción como la distribución de los tiempos, se va modificando en función de las diferentes etapas de la vida de los jóvenes.

LA DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS Y LOS HORARIOS

En los últimos años se ha venido insistiendo en la hipótesis de que los tiempos, los espacios y las actividades de ocio ocupan un lugar muy relevante para los aprendizajes y las experiencias de la vida de los jóvenes (Aguinaga y Comas, 1997; Castells, 2000; Comas, 2002; Comas, 2003; Del Pino, 2001; Elias y Dunning, 1986; Gil Calvo, 1997; Willis, 1990). Se ha realizado además un "experimento crucial" que ha confirmado dicha hipótesis (Fave y Massimini, 1998).

Toda esta literatura pone en evidencia que los tiempos, espacios y actividades de ocio, condensan un sinfín de intensos significados emocionales, de tal manera que establecen un vínculo selectivo con las experiencias estudiadas en el IJE-2004, en particular el consumo, las prácticas culturales, la sexualidad, la relación con las drogas y algunos conflictos como los accidentes de tráfico, la condición de víctimas o el comportamiento delincuencia. Todas estas experiencias, tan relevantes para la vida, confluyen, se sobreponen y se enmarañan en los tiempos, los espacios y las actividades de ocio.

La densidad de acontecimientos que concurren en los tiempos y espacios de ocio se completan además por el aspecto relacional: el vínculo social preferente de los jóvenes, es decir las relaciones de amistad (Megías, 2002), se expresa esencialmente en estos tiempos y en los espacios particulares en los que se desarrollan las actividades de ocio.

Al constatar esta realidad, y al ser España uno de los pocos países de los desarrollados que carecía de una "Encuesta del Tiempo", desde el INJUVE se han realizado numerosos esfuerzos para investigar el comportamiento temporal de los jóvenes y relacionarlo con sus trayectorias vitales (Zárraga, 1985/IJE-1984; Zárraga, 1989/IJE-1988; Aguinaga y Comas, 1997; Comas, 2003). Finalmente, en el año 2004, el INE ha publicado la primera encuesta general española sobre el empleo del tiempo, lo que nos permite disponer, por primera vez, de una imagen completa de los comportamientos reales de los españoles mayores de 10 años.

La reciente aparición de una primera distribución de los resultados de dicha encuesta nos permite realizar una primera presentación extensa de los mismos y a su comparación con otras

fuentes de datos. Un primer análisis, que compara la población general con los menores de 25 años y con los estudiantes, nos ofrece los siguientes resultados:

- En cuanto a **cuidados personales**, los españoles dedican a dormir (8,48'), comer y asearse la mayor parte de su tiempo diario (11,22'), los menores de 25 años y los estudiantes duermen bastante más tiempo especialmente los fines de semana (9,34') y dedican menos tiempo a comer.
- Los **trabajadores** dedican de media casi ocho horas diarias a su tarea (7,47'), lo que significa unas cifras que no se ajustan para nada a la legalidad establecida de 54 horas a la semana, la mayor parte en el trabajo principal (aunque según el INE incluye descansos y trayectos en el trabajo así como Formación Profesional interna). Son pocos los menores de 25 años y los estudiantes que dedican algún tiempo al trabajo.
- Los estudiantes dedican menos tiempo a los **estudios** que los trabajadores al trabajo, unas 36 horas a la semana, muy repartidas entre clases, actividades extraescolares, bibliotecas y estudios durante el tiempo libre. La cultura del estudio exige una menor dedicación que la cultura del trabajo.
- Las actividades relacionadas con el **hogar y la familia** son muy variadas (desde el mantenimiento hasta las relaciones personales pasando por sacar a pasear al perro), pero sorprendentemente ocupan muy poco tiempo al conjunto de los españoles, a pesar de la importancia cultural atribuida a la familia en nuestra sociedad. En parte este resultado puede deberse al "efecto estadístico" de que casi todos "hacen algo en el hogar", con lo cual el resultado medio es tan bajo. En todo caso, menores de 25 años y estudiantes apenas dedican tiempo al hogar y a la familia, ni tan siquiera a "tareas de ayuda".
- El porcentaje de españoles que realizan efectivamente actividades como **voluntarios o en participación social** es muy bajo (12,4%), el voluntariado puro es prácticamente nulo (0,6% de la población), pero hay bastante "ayuda a otros hogares" (6,7%) y en las actividades participativas la parte más importante son las prácticas religiosas (4,9%) aunque en los últimos años hayan descendido de una forma espectacular, pero no han sido sustituidas por otras prácticas de participación. Los menores de 25 años y los estudiantes arrojan tiempos de voluntariado y participación que suponen menos de la mitad del porcentaje y tiempo de la población general. Aunque esto tiene mucho que ver con la disminución de las prácticas religiosas y a la práctica desaparición de la tarea "ayuda a otros hogares", que básicamente son "cuidados personales", entre los jóvenes.
- En contraste, los españoles dedican bastante tiempo a la **vida social** (la mitad de ellos casi dos horas al día) y algo menos a la **diversión**. En el conjunto semanal, los jóvenes dedican un poco más de tiempo a la diversión que los adultos, pero la parte de tiempo dedicada a la "vida social", que incluye fiestas y conversaciones telefónicas, es la más amplia.
- Se practica el **deporte y las actividades al aire libre** mucho más de lo esperado y durante mucho más tiempo del imaginado, tanto en lo que respecta al ejercicio físico en sentido estricto como a las actividades tipo "andar". La misma sorpresa produce el hecho de que los jóvenes no tengan más dedicación al deporte que los adultos, quizá por el tiempo que estos últimos dedican a "caminar".
- Las **aficiones, los juegos y las actividades artísticas** son bastante minoritarias (sólo un 17% dedica algo menos de dos horas al día), aunque los jóvenes, por el peso de los juegos informáticos, tienen una dedicación algo superior.
- La inmensa mayoría de los españoles dedica bastante tiempo a los **MCS**, en especial ver la televisión, aunque también es muy importante el porcentaje de lectores diarios (21%) y el tiempo que dedican a la lectura (más de una hora al día). Los adultos leen más y ven más la televisión mientras los jóvenes escuchan más la radio y música.
- Los **trayectos** (al trabajo, a clase, de compras y a las actividades sociales y de ocio) ocupan un tiempo diario (más de una hora de promedio) muy importante de los españoles de cualquier edad.

Tabla 1. Resumen del tiempo medio dedicado a cada grupo de actividades, población general, menores de 25 años y estudiantes

	TODOS		SEXO		EDAD (EN AÑOS)	
	L/J	V/D	L/J	V/D	L/J	V/D
Cuidados personales	11,02	11,49	11,16	12,07	11,24	12,17
Trabajo	2,21	1,44	1,50	1,01	0,02	0,03
Estudios	0,56	0,25	3,58	1,42	5,54	2,30
Hogar y familia	3,00	2,58	1,02	1,10	0,52	1,03
Voluntario y participación	0,12	0,16	0,05	0,09	0,0	0,09
Vida social y diversión	1,10	1,56	1,17	2,37	1,10	2,22
Deporte y aire libre	0,42	0,55	0,40	0,54	0,41	0,57
Aficiones y juegos	0,18	0,22	0,41	0,52	0,50	1,06
MCS	2,08	2,27	1,50	2,11	1,53	2,20
Trayectos	1,12	1,08	1,21	1,19	1,18	1,12
Fuente: INE-2004.						

En cuanto a los datos específicos de las muestras de población joven, podemos añadir a esta fotografía del paisaje general algunos matices comparativos:

- La conducta temporal de los jóvenes 15-24 años de los estudios del INJUVE se ajusta al perfil establecido en el análisis de los datos del INE, en especial en lo relativo a los ciclos del sueño, ya que los jóvenes duermen más horas que la población general (tabla 2), aunque van disminuyendo las horas que duermen con la edad. Como consecuencia, podemos confirmar la conclusión general a la que habíamos llegado con el estudio pormenorizado del ciclo del sueño (Comas, 2003): el mayor grado de nocturnidad de los jóvenes en el fin de semana no implica menos horas de sueño, ya que aunque no lo recuperen todo en las horas diurnas del fin de semana, se acuestan antes y se levantan después durante los días laborables.
- Aparece un cierto desajuste conceptual entre por una parte el concepto de “vida social y diversión” (INE) y de otra parte el concepto “visita de cortesía y social” y las diferentes actividades de ocio (INJUVE). Pero la suma de todos los conceptos arroja resultados muy similares, lo que equivale a afirmar que **aquello que hemos calificado de “ocio” para los jóvenes es, en una gran media “vida social” para los adultos**. De hecho la mayor parte de actividades de ocio de los jóvenes se describen como “estar con los amigos y...”, pero mientras a los jóvenes se les codifica según la actividad secundaria “tomar alcohol” o “bailar”, a los adultos se les codifica como “relaciones sociales”, cuando por ejemplo están cenando con amigos y tomando alcohol.

Tabla 2. Distribución de las horas de sueño por grupos de edad

	- 6 HORAS	6 Y 7 HORAS	8 Y 9 HORAS	+10 HORAS
Población general	6,8	34,8	43,7	14,4
0-15 años	0,1	3,0	44,1	52,6
16-24 años	1,0	26,1	59,1	13,4
26-34 años	3,7	31,3	52,4	4,4
Fuente: Encuesta Nacional de Salud (INE), elaboración propia.				

EL TIEMPO LIBRE PARA EL OCIO Y LA DIVERSIÓN

Al preguntar "En total ¿cuántas horas libres tienes a la semana para tu ocio o diversión?", hemos obtenido respuestas que nos indican **una media de 28 horas y 12 minutos a la semana**. Se trata de un resultado algo menor que el obtenido al sumar las actividades que podemos considerar de ocio en las encuestas de uso del tiempo. Así, por ejemplo, los datos del INE-2003 nos ofrecen, sumando "vida social y diversión, deporte y actividades al aire libre, aficiones y juegos y medios de comunicación" un total de 34 horas y 11 minutos a la semana para la población general y 37 horas y 27 minutos para los más jóvenes. En el caso de las encuestas del INJUVE, sumando actividades de "cine y otros espectáculos, actividades culturales, espectáculos deportivos, excursiones, tomar copas, charlando, bailando en discoteca, practicando *hobby*, leyendo libros, prensa, televisión, radios y escuchando música", nos movemos desde un mínimo de 36 horas y 28 minutos (IJE-1984), hasta un máximo de 39 horas y 15 minutos (FAD-INJUVE, 2003).

Además, la misma pregunta del IJE-2004 fue realizada en el IJE-2000 dando como resultado 25 horas y 3 minutos y en la EJ del 4º trimestre del 2002 (INJUVE-EJ077) arrojando una media de 25 horas y 24 minutos.

Tales diferencias se pueden atribuir a dos factores posibles: el primero que la definición de "ocio o diversión" de los jóvenes no se corresponda con la acumulación de actividades obtenida en los estudios del uso del tiempo, es decir que algunas actividades que contabilizamos como tal no fueran consideradas "ocio y diversión". El segundo factor, de carácter subjetivo, se refiere a que los jóvenes "minusvaloren" este tiempo de ocio y diversión considerando que es "escaso".

En apoyo a la primera hipótesis vemos cómo en el EJ del 3º trimestre de 2001, la mayoría de jóvenes afirman que sólo tienen tiempo libre para dedicarlo al ocio y la diversión los fines de semana (tabla 3), lo que excluye las "actividades de ocio" que se practican los días laborables y que en las encuestas del tiempo se han considerado como parte del tiempo libre para el ocio y la diversión; de hecho, si eliminamos actividades como ver la televisión y la práctica de deportes y otras actividades al aire libre durante los días laborables, casi se elimina la disonancia entre lo efectivamente realizado y lo declarado. Esto significa que cuando preguntamos por "el ocio y el tiempo libre" la mayor parte de los jóvenes sólo contestan en función del fin de semana.

**Tabla 3. Disponibilidad de tiempo de ocio
(% verticales)**

	TOTAL	15-19	20-24	25-29
Sólo lo tengo los fines de semana	35,9	27,0	35,3	44,9
Laborables algo, mayoría fin de semana	34,3	38,0	37,2	27,8
Todos los días de la semana tengo tiempo libre	28,8	35,0	26,5	25,5
NS/NC	1,0	-	0,9	1,8
Fuente: EJ-063 (INJUVE).				

Por edad, vemos cómo se acentúa este proceso y a partir de los 25 años sólo uno de cada cuatro afirma disponer de tiempo libre durante los días laborables de la semana.

A la vez, resulta que los jóvenes se muestran moderadamente satisfechos con el tiempo de ocio disponible (tabla 4), aunque una parte importante lo consideran insuficiente. Estos últimos seguramente piensan que las horas son pocas y por tanto tienden a declarar un menor número de horas que consideran estrictamente de ocio.

En todo caso, la misma tabla indica la importancia de la estacionalidad en la recogida de estos datos. Así la EJ-063 se realizó en verano y casi el 70% de los entrevistados consideraron que su tiempo de ocio era suficiente, en cambio la EJ-077 se realizó durante en otoño y la cifra de los satisfechos bajó catorce puntos. Vemos además cómo los varones están más satisfechos del tiempo libre que las mujeres (de hecho tienen más), especialmente en los periodos laborales. Por su parte los que sólo trabajan muestran una notable insatisfacción ante la disponibilidad de tiempo libre.

**Tabla 4. Valoración del tiempo de ocio disponible
(% verticales)**

	EJ-063-3T-2001				EJ-077-4T-2002			
	TOTAL	VARÓN	MUJER	TRABAJA	TOTAL	VARÓN	MUJER	TRABAJA
Suficiente	69,3	70,0	68,5	59,7	56,5	60,8	51,9	46,4
Insuficiente	30,0	29,1	30,9	39,9	41,0	36,8	45,6	50,4
NS/NC	0,8	0,9	0,7	0,4	2,4	2,4	2,5	2,8

Fuentes: EJ-077 y EJ-063 (INJUVE-CIS).

En conclusión, podemos pensar que el tiempo de ocio y diversión, que en el caso de los jóvenes incluye muchas actividades de vida social, es bastante amplio, ya que es la segunda actividad a la que dedican más tiempo (tras los cuidados personales que incluyen dormir). Pero ¿significa esto que es un tiempo abundante? No está claro porque en una perspectiva evolutiva (es decir comparando los diferentes IJE) parece que aumenta, tanto para el conjunto de la población como para los jóvenes en particular. Aunque ¿a dónde va este aumento? ¿a las puras actividades de ocio y diversión o las relaciones sociales? O expresado en otros términos, cuándo los jóvenes afirman la insuficiencia del tiempo libre para el ocio del fin de semana, ¿qué quieren decir?, ¿qué no tienen tiempo para las relaciones sociales o que no tienen tiempo para la diversión?

Pues lo más posible es quieran decir ambas cosas como expresión de que su tiempo libre durante el fin de semana no es suficiente para alcanzar los estándares de vida social tradicionales de la sociedad y la cultura española.

La distribución de las horas libres nos ofrece algunas pistas; así podemos constatar cómo la desagregación de las 28,2 horas medias a la semana de tiempo libre para el ocio, se subdividen en segmentos muy equivalentes con disponibilidades muy distintas, ya que son tantos los que tiene menos de 16 horas a la semana como los que tienen más de 39 horas (tabla 5). Los varones tienen más tiempo libre que las mujeres y los que estudian o buscan trabajo también tienen más horas que los trabajadores. La distribución según el número de horas disponibles mantiene la misma tónica de dispersión, aunque entre mujeres y trabajadores el grupo con menos de 16 horas a la semana aumenta, lo mismo que el grupo con más de 39 horas a la semana entre estudiantes y varones.

Tabla 5. Distribución de las horas libres a la semana para ocio o diversión por totales, genero y actividad (Medias: horas y centésimas de hora) (% horizontales)

	MEDIA	-16 HORAS	16-24 HORAS	25-39 HORAS	+39 HORAS	NS/NC
Total	28,2	22,3	19,2	21,2	22,3	14,9
Mujer	27,1	24,2	18,9	19,8	20,7	16,4
Varón	29,2	20,6	19,5	22,4	23,9	13,6
Trabaja	26,4	24,7	20,8	20,9	19,9	13,6
Trabaja/Estudia	26,3	26,5	21,0	20,2	20,0	12,1
Estudia	28,9	20,1	18,6	23,9	23,4	13,9
Busca	36,0	14,2	13,1	18,4	31,5	22,9
Otra	29,8	24,1	17,6	11,0	24,5	22,7
Fuente: IJE-2004.						

En cuanto a las edades (tabla 6), disminuye el tiempo disponible con la edad (lo que tiene mucho que ver con el trabajo), en paralelo al correspondiente ajuste en la distribución de horas. Asimismo, las mujeres tiene menos tiempo de ocio que los varones. De hecho estos datos confirman que los que tienen más tiempo libre para el ocio son los adolescentes varones y estudiantes y las que tienen menos tiempo son las jóvenes mujeres adultas trabajadoras (Comas, 2003).

Tabla 6. Distribución de las horas libres a la semana para ocio o diversión por totales, edad y tamaño del municipio (Medias: horas y centésimas de hora) (% horizontales)

	MEDIA	-16 HORAS	16-24 HORAS	25-39 HORAS	+39 HORAS	NS/NC
TOTAL	28,2	22,3	19,2	21,2	22,3	14,9
Varón	30,3	20,6	19,5	22,4	23,9	13,6
Mujer	26,1	24,2	18,9	19,8	20,7	16,4
15-17 años	30,8	18,7	16,2	23,7	27,7	13,7
18-20 años	30,2	16,9	18,8	23,9	25,4	14,9
21-24 años	27,8	23,1	19,1	22,0	21,0	14,8
25-29 años	26,5	25,7	20,6	18,2	19,8	15,6
Menos de 2.000 hab.	33,4	12,5	14,6	27,7	30,8	14,5
2.000-10.000 hab.	26,7	21,1	22,8	23,0	18,0	15,1
10.000-50.000 hab.	27,4	23,8	19,0	21,8	20,2	15,2
50.000-100.000 hab.	26,7	27,0	21,2	20,5	21,2	10,1
100.000-500.000 hab.	28,4	21,6	18,5	20,1	24,0	15,8
500.000-1.000.000 hab.	29,0	22,4	16,5	23,3	24,7	13,1
Más de 1.000.000 hab.	30,1	22,7	18,2	14,9	25,5	18,6
Fuente: IJE-2004.						

La distribución del tiempo de ocio por hábitat que aparece en la misma tabla 6 el resultado es muy curioso ya que el máximo de tiempo libre para el ocio aparece en el ámbito rural-rural (menos de 2.000 habitantes) con 33,4 horas a la semana, en el que apenas el 27% tiene menos de 24 horas a la semana. Pero el mínimo de tiempo lo arrojan los ámbitos rurales y las ciudades intermedias, ya que la media de disponibilidad no se supera hasta las ciudades de más de 500.000 habitantes. Los niveles máximos de ocio los ofrecen Madrid y Barcelona.

En cuanto a la posición ideología (tabla 7), las disponibilidades máximas las ofrece la extrema derecha y la extrema izquierda y las mínimas (por debajo de la media) la derecha y la izquierda, por su parte las posiciones de centro, como no podía ser menos, se sitúan sobre la media de disponibilidad.

Tabla 7. Distribución de las horas libres a la semana para ocio o diversión por posición ideológica (Medias: horas y centésimas de hora) (% horizontales)

	MEDIA	-16 HORAS	16-24HORAS	25-39HORAS	+39HORAS	NS/NC
TOTAL	28,2	22,3	19,2	21,2	22,3	14,9
1-2	30,2	19,5	19,1	20,0	25,2	16,2
3-4	27,8	24,6	21,3	20,0	22,3	11,7
5-6	28,1	22,5	18,8	24,5	22,4	11,8
7-8	26,6	24,6	19,5	19,7	22,2	14,0
9-10	31,9	22,3	21,3	18,1	31,3	7,0
Fuente: IJE-2004.						

PREFERENCIAS Y POSIBILIDADES PARA LAS ACTIVIDADES DE OCIO

Nos podemos aproximar al significado que tienen para los jóvenes los distintas actividades de ocio con varias preguntas que se han incluido en la IJE-2004. La primera de ellas se formulaba de forma cerrada como sigue: "A continuación vamos a hablar de lo que haces en tus días de ocio. Te voy a leer una serie de actividades de tiempo libre, me gustaría que me dijeras, para cada una de ellas, si te gusta o no te gusta realizarlas", lo que permitía responder "sí" o "no" (tabla 8).

Tabla 8. Preferencia por actividades de ocio citadas (% horizontales)

	SI	NO	NS
Beber, ir de copas	73,3	26,1	0,6
Ir a discotecas, bailar	74,8	24,6	0,5
Salir o reunirse con amigos	97,1	2,3	0,6
Hacer deporte	71,7	27,7	0,6
Asistir a competiciones deportivas	49,3	49,7	1,0
Ir de excursión	77,3	22,0	0,7
Viajar	92,2	7,3	0,5
	SI	NO	NS
Ir al cine	91,2	8,2	0,5
Ir al teatro	43,3	55,9	0,8
Ir a conciertos	72,4	26,8	0,8
Escuchar música	97,3	2,2	0,5
Ir a museos, exposiciones	43,1	56,2	0,7
Asistir a conferencias	23,9	75,2	0,8
Leer libros	63,2	36,1	0,7
Leer periódicos	73,3	25,7	1,0
Ver la televisión	92,6	6,8	0,6
Oír la radio	83,6	30,6	0,8
Usar el ordenador	86,6	30,6	0,8
Jugar con videojuegos	41,7	57,3	1,0
Descansar	86,4	12,9	0,8
Fuente: IJE-2004.			

Parece que todos saben si les gusta o no una determinada actividad de ocio, lo que permite realizar una clasificación de las mismas desde aquellas que gustan a todos los jóvenes (escuchar música y salir con los amigos), hasta aquellas que gustan sólo a una exigua minoría (asistir a conferencias y jugar con videojuegos).

Si dividimos estas actividades en grupos de cinco (cuadro 1) vemos cómo cinco actividades parecen gustar de una forma casi unánime ya que en todos los casos más del 90% de los jóvenes afirman que les gustan (la música, los amigos, la televisión, viajar y el cine) y cinco activida-

des que generan más rechazo que aceptación (las conferencias, los videojuegos, los museos, el teatro y las competiciones deportivas). En el intermedio podemos ver cómo aparecen diez actividades que generan más aceptación que rechazo, las cinco primeras que consideramos preferentes que tienen una aceptación entre el 73% y el 83% y otras tantas que despiertan un cierto interés y que se sitúan entre el 63% y el 73%.

En cualquier caso los saltos en los porcentajes de aceptación y rechazo nos indican que hay actividades de ocio con las cuales los jóvenes se sienten muy identificados y otras que generan un claro rechazo.

Cuadro 1. Clasificación de actividades de ocio según grado de preferencia

UNANIMIDAD	PREFERENCIA	INTERÉS	RECHAZO
Escuchar música	Descansar	Beber, ir de copas	Asistir competiciones
Salir con amigos	Oír la radio	Ir a conciertos	Ir al teatro
Ver televisión	Ir de excursión	Hacer deporte	Ir a museos y exposiciones
Viajar	Ir a discotecas y bailar	Usar el ordenador	Jugar con videojuegos
Ir al cine	Leer periódicos	Leer libros	Asistir a conferencias
Fuente: IJE-2004.			

Una vez conocidas las preferencias, se ha preguntado por si practica o no practica habitualmente cada una de ellas. Los resultados aparecen en la tabla 9 en la que podemos observar cómo la relación entre preferencia (es decir que les "gustan") y la práctica efectiva no es muy directa.

Tabla 9. Practica o no practica habitualmente cada una de las actividades de ocio citadas (% horizontales)

	SI	NO	NS
Beber, ir de copas	66,6	28,4	5,1
Ir a discotecas, bailar	64,7	31,1	4,2
Salir o reunirse con amigos	92,5	5,4	2,2
Hacer deporte	52,7	41,9	5,4
Asistir a competiciones deportivas	31,7	60,7	7,6
Ir de excursión	50,9	43,4	5,7
Viajar	56,5	40,3	3,2
Ir al cine	78,2	18,2	3,6
Ir al teatro	19,5	70,7	9,8
Ir a conciertos	49,9	44,2	5,9
Escuchar música	93,5	4,1	2,4
Ir a museos, exposiciones	27,4	63,4	9,2
Asistir a conferencias	16,9	71,7	11,4
Leer libros	56,8	36,0	7,2
Leer periódicos	70,0	24,3	5,7
Ver la televisión	89,9	7,2	2,9
Oír la radio	79,5	16,1	4,5
Usar el ordenador	61,6	32,4	5,9
Jugar con videojuegos	33,9	57,2	8,8
Descansar	73,8	22,1	4,0

Fuente: IJE-2004.

El cuadro 2 muestra clasificados también en grupos de cinco, las actividades más habituales (+78%) que sólo coinciden en parte con aquellas que generan una preferencia unánime, ya que desaparece "viajar" y se incluye "oír la radio". La actividad de "viajar" es, como iremos viendo, la actividad de ocio en la que se produce un mayor grado de insatisfacción, es decir se desea mucho más de lo que se practica. En cuanto a la actividad de "oír la radio" avanza desde una preferencia intermedia hasta una frecuencia habitual, lo mismo que todas las actividades de ocio electrónico (ordenadores y videojuegos) posiblemente por una cuestión de mayor facilidad.

Otra diferencia importante es el teatro, poco deseado pero menos utilizado, y del que nos ocuparemos más ampliamente en el capítulo siguiente. También resulta sorprendente la pérdida de posiciones del deporte, aunque en este caso, la noción de deseo podría representar una cierta idealización, es decir se quiere practicar deportes pero al final, por el esfuerzo que implican, no se practican.

Cuadro 2. Clasificación de actividades de ocio según frecuencia de su práctica

UNANIMIDAD	PREFERENCIA	INTERÉS	RECHAZO
Escuchar música	Descansar	Leer libros	Jugar con videojuegos
Salir con amigos	Leer periódicos	Viajar	Asistir competiciones deportivas
Ver televisión	Beber, ir de copas	Hacer deporte	Ir a museos y exposiciones
Oír la radio	Ir a discotecas y bailar	Ir de excursión	Ir al teatro
Ir al cine	Usar el ordenador	Ir a conciertos	Asistir a conferencias

Fuente: IJE-2004.

Conviene también retener el alto grado de satisfacción que logra la lectura (libros y periódicos), lo que desdeciría un cierto tópicos negativo entre los jóvenes y la lectura. Además esta mayor frecuencia de la lectura se corresponde con una cierta presencia del "tiempo dedicado a la lectura" en las encuestas del tiempo.

El cuadro 3 resume las actividades diferenciando tres grandes grupos, el primero formado por aquellas actividades que están claramente insatisfechas, el tercero por las que están muy satisfechas y el intermedio por las regularmente satisfechas.

Cuadro 3. Relación entre preferencia y práctica habitual de las actividades de ocio

INSATISFECHOS	REGULAR	SATISFECHOS
Viajar (-35%)	Ir a museos (-15%)	Beber, ir de copas (-6%)
Ir de excursión (-26%)	Ir al cine (-13%)	Leer libros (-6%)
Ir al teatro (-23%)	Descansar (-12%)	Salir con amigos (-4%)
Ir a conciertos (-22%)	Discotecas bailar (-10%)	Oír la radio (-4%)
Hacer deporte (-19%)	Jugar videojuegos (-7%)	Escuchar música (-3%)
Espectáculos deportivos (-17%)	Ir a conferencias (-7%)	Leer periódicos (-3%)
	Usar ordenador (-7%)	Ver la televisión (-2%)

Fuente: IJE-2004.

La mayor demanda insatisfecha de los jóvenes es el viajar, seguido por el ir de excursión. Le siguen cuatro demandas extrañas: ir al teatro, a conciertos, hacer deporte y asistir a espectáculos deportivos. Y decimos extrañas porque no parece que los jóvenes tengan demasiadas dificultades para acceder a las mismas, especialmente si consideramos la discreta demanda y la buena oferta que tienen todas ellas. En este sentido la dificultad para viajar puede ser una cuestión económica, mientras que la dificultad para realizar las otras actividades pueda relacionarse más bien con horarios, tiempos y oportunidades.

Lo mismo podemos decir de los museos, el cine, el descanso, las discotecas, los videojuegos y los ordenadores, que están al alcance de una gran mayoría de jóvenes y sobre los que se indica que se satisfacen de una forma regular.

Porque de hecho las actividades más satisfechas son las preferidas por los jóvenes como salir de copas y estar con los amigos, escuchar música, ver la televisión y oír la radio, lo que implica que se eligen de forma alternativa porque se prefieren. Es decir, entre el teatro y los amigos se eligen los amigos y luego no queda tiempo para el teatro. Aunque también es cierto que en algu-

nos casos (prensa y libros) aparecen algunas facilidades, como por ejemplo leer en el transporte público, que permiten satisfacer la totalidad de estas demandas.

Estos resultados coinciden con las respuestas ofrecidas en otras investigaciones del INJUVE; así vemos (tabla 10) cómo de tener más tiempo para el ocio se dedicarían a los viajes y los deportes, aunque también saldría con los amigos, la familia y a bailar. Vemos en cambio que la lectura no está satisfecha del todo en los mayores de 25 años más agobiados por la falta de tiempo y cómo son bastantes los que reclaman más tiempo para dedicarlo al estudio.

**Tabla 10. Preferencia por actividades si dispusiera de más tiempo libre por edad
(Respuesta espontánea, máximo tres respuestas)
(% de respuestas sobre el total de respuestas en la columna total)
(Distribución por edades de primera respuesta) (% verticales)**

	TOTAL	15-19	20-24	25-29
Viajar	12,2	4,3	13,2	11,6
Todos los deportes	36,0	29,1	34,8	32,4
Leer, oír música, tocar música, descansar	6,3	3,9	3,8	6,5
Gimnasia	2,5	2,2	2,6	2,2
Cine, teatro, conciertos	4,1	4,7	1,5	2,5
Salir con amigos, familia, bailar	13,6	15,9	6,6	7,6
Naturaleza (ir de campo, playa, camping)	2,3	0,2	2,6	2,7
Formación	8,4	5,0	6,6	7,1
Manualidades/pintura	1,7	0,9	1,3	2,0
Otros	3,6	2,2	3,0	3,3
Ninguna	15,5	18,8	13,9	14,1
NS/NC	10,3	12,9	10,2	8,0
Fuente: E.J-063/2001 (INJUVE-CIS).				

Pero una comparación meramente lineal de las preferencias y las actividades que según se dice se practican con mayor frecuencia, dan lugar a algunas incoherencias, que nos van a facilitar algunas explicaciones complementarias. Así, a la pregunta de qué actividad de ocio fuera del hogar es a la que ha dedicado más tiempo los últimos tres meses (tabla 11), los deportes ocupan el primer lugar, seguido por salir con los amigos y salir de copas. A una cierta distancia aparecen ir al cine, teatro y conciertos e ir a bailar.

Entonces, ¿es el deporte la actividad de ocio que más se practica? Pues depende, porque si bien es cierto que el deporte, en la propia encuesta del tiempo del INE, es una actividad a la que se le dedica un cierto tiempo al día, ya que un 40% de los ciudadanos le dedican cada día una media de casi dos horas entre las que se incluye pasear, o dicho de otra manera los españoles, sin diferencias de edad, dedican 48 minutos al día al deporte (y al paseo), también es cierto que es una actividad estudiada al margen de las otras actividades de ocio. Por el contrario, si preguntamos sólo por el tiempo de ocio, la práctica del deporte como diversión ocupa mucho menos tiempo.

En realidad el deporte se sitúa en una posición intermedia, que va desde las obligaciones edu-

cativas (la asignatura deporte y gimnasia) hasta las prescripciones facultativas (pasear o hacer un deporte por razones de salud), pasando por el ámbito de la vida social (el deporte como forma de mantener vínculos personales) hasta llegar a la diversión. Si añadimos el tiempo de deporte íntegramente al tiempo de ocio, la dualización de los días de la semana se reduce y el “tiempo libre para el ocio” aumenta considerablemente.

En la misma tabla 11, la respuesta “otra” permitía detallar cuál era y los resultados más importantes fueron “viajar” (1,6%), “ir a la playa o la piscina” (1,1%), “oir música” (1,4%) y “estar con la familia” (0,9%), esta última respuesta espontánea alcanzaba el 2,4% para el grupo de edad 25-29 años.

Tabla 11. Actividad de ocio fuera del hogar a la que ha dedicado más tiempo en los últimos tres meses, por edad

Cuadro 4. Ocio y tendencias de socialización

SENTIDO EVOLUTIVO DE LA VARIABLE		INDICADOR DE RELEVANCIA	EXCEPCIÓN
Trata de participar en el ocio nocturno	Pérdida de interés por el ocio nocturno	La edad	Ninguna
Se mantiene ocupado en actividades como deporte y espectáculos deportivos	No le interesa demasiado el deporte	La edad y los estudios	Ninguna
Sale de excursión	Sale poco de excursión	El trabajo	Ninguna
No le gusta el teatro	Le gusta el teatro y los museos, leer libros, prensa, conferencias	Los estudios superiores	El trabajo
Le gusta el ordenador	No le gusta el ordenador	Los estudios	El trabajo
Le gustan los videojuegos	No le gustan los videojuegos	La edad	Ninguna
			A todos les gusta salir con los amigos, viajar, descansar, ver la tele, escuchar música, oír la radio e ir al cine
Los jóvenes estudiantes tienen dificultades para beber, ir a discotecas y bailar	Si comienzan a trabajar comienzan a hacerlo masivamente pero después lo abandonan	Trabajo	Estudios
Los trabajadores no emancipados tienen más ocio	Los trabajadores emancipados tienen menos ocio (todas las actividades)	Emancipación	Ninguna
La gran demanda insatisfecha son los viajes	La gran demanda insatisfecha son los viajes	Ninguna	Todas
Se practican pocas actividades culturales	Se practican algunas actividades culturales	La edad	Los estudiantes universitarios practican más actividades culturales pero cuando comienzan a trabajar se unifican con los trabajadores
De casi 30 horas libres para el ocio	Hasta 24 horas	Trabajo	Ninguna

	TOTAL	15-19	20-24	25-29
Hacer deporte	28,8	29,8	29,2	27,5
Salir de copas	12,5	8,4	13,1	15,7
Ir a bailar	2,6	4,1	1,9	2,0
Salir con amigos por barrio, calle...	35,3	45,4	31,8	29,8
Ir al cine, teatro, conciertos...	8,4	5,0	10,7	9,0
Ordenadores, Internet, videojuegos	1,4	1,7	0,6	1,6
Otra	8,7	4,3	9,9	11,4
NS/NC	2,3	1,3	2,4	3,1

Fuente: EJ-063/2001 (INJUVE-CIS)

En cuanto a las actividades de ocio dentro del hogar a las que ha dedicado más tiempo los últimos tres meses (tabla 12), podemos observar que aparecen en el orden siguiente, la televisión, la música, la lectura, los dispositivos electrónicos y el puro descanso. La correspondencia con las encuestas del tiempo es aquí más precisa ya que esto es lo que hacen exactamente los jóvenes españoles en su casa.

Tabla 12. Actividad de ocio dentro del hogar a la que ha dedicado más tiempo en los últimos tres meses, por edad

	TOTAL	15-19	20-24	25-29
Ver la televisión	30,8	29,4	32,7	30,1
Ordenadores, internet, videojuegos	12,9	15,4	10,9	12,7
Dormir, descansar, no hacer nada	11,7	14,5	11,1	9,8
Escuchar música	17,9	24,9	18,4	11,2
Lectura (libros, periódicos, revistas)	16,9	9,5	17,9	22,7
Otra	8,7	5,6	8,5	11,7
NS/NC	1,0	0,6	0,6	1,8

Fuente: EJ-063/2001 (INJUVE-CIS).

En la misma encuesta del INJUVE (la EJ-063/2002) el mayor gasto en ocio es el de "salir" (60%) seguido de "ir al cine" (13%) y las "compras de ropa, libros y música" (7%). Pero si dispusiera de más dinero lo dedicaría a "viajar" (40%), a "deporte" (12%) y a "comprar ropa" (7%), aunque también es verdad que son muchos los que no saben qué contestar (30%). Si eliminamos el ocio en casa (que no suele tener costes para los jóvenes), los conceptos de gasto y las preferencias son evidentes. También resulta evidente que la actividad más insatisfecha, que se confirma que es por falta de dinero, es viajar.

EL OCIO EN EL ITINERARIO DE LA VIDA

El cuadro 4 resume el contenido de algunos resultados obtenidos en el IJE-2004. En las mismas podemos observar cómo el ocio (y en especial las actividades de ocio nocturno), conforman una especie de ritual de transición, al que los jóvenes adolescentes tratan de acceder, que

caracteriza la vida de los jóvenes en transición y que va perdiendo importancia e interés a partir de los 25 años.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

Aguinaga, J. (1996). "La proyección diferencial del fin de semana entre chicos y chicas". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 37.

Aguinaga, J. (2000). "El ocio de la juventud y las familias". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 50.

Aguinaga, J. y Comas, D. (1990). *Infancia y adolescencia: la mirada de los adultos*. Madrid: MAS.

Aguinaga, J. y Comas, D. (1997). *Cambio de hábitos en el uso del tiempo: las trayectorias temporales de los jóvenes españoles*. Madrid: INJUVE.

Camacho, J.M. y Comas, D. (2003). "El ocio de los jóvenes inmigrantes". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 60.

Castells, M. (2000). *La era de la información*. Madrid: Alianza.

Comas, D. (1985). *El uso de drogas en la juventud*. Madrid: INJUVE.

Comas, D. (1989). *El síndrome de Haddock: alcohol y drogas en enseñanzas medias*. Madrid: CIDE.

Comas, D. (1993). *Los jóvenes y el uso de drogas en la España de los años 90*. Madrid: INJUVE.

Comas, D. (1996). "No es oro todo lo que dicen que reluce: ¿Qué hace la juventud durante el fin de semana". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 37.

Comas, D. (2000a). "Agobio y normalidad: una mirada crítica sobre el sector del 'ocio juvenil' en la España actual". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 50.

Comas, D. (2001). "La representación social del fin de semana de los jóvenes". *Revista de Estudios de Juventud*, nº 54.

Comas, D. (2002). *Videojuegos y violencia*. Madrid: Defensor del Menor de la CAM.

Comas, D. (2003). "El canon generacional: una aproximación topológica". *Sistema*, nº 178.

Comas, D. (Dir.); Aguinaga, J.; Andrés, F.; Espinosa, A. y Ochaita, E. (2003). *Jóvenes y estilos de vida*. Madrid: FAD

Comas, D. y Granado, O. (2002). *El rey desnudo: componentes de género en el fracaso escolar*. Madrid: POI.

Del Pino, J.; Duaso, A. y Cassinello (2001). *Prácticas de ocio, cambio cultural y nuevas tecnológicas en la juventud española*. Madrid: CIS.

Dumazedier, J. (1962). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.

Elías, N. y Dunning, E. (1986). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. México: FCE, 1992.

Fave, A. y Massimini, F. (1998). "La modernización y los contextos cambiantes de flujo en el tra-

Crecer entre pantallas

José Antonio Gabelas Barroso

“El tratamiento de la información espectáculo, que exorciza las pantallas electrónicas como a la bestia, no hace más que levantar cortinas de humo ante los problemas reales de padres e hijos y dispersar la atención de los auténticos conflictos, probablemente menos rentables para los medios de información.” (Juan Carlos Pérez Jiménez)

“Había un niño que avanzaba cada día, y el primer objeto al que miraba, en aquel objeto se convertía.” (Walt Whitman)

¿Qué hay detrás de esa leyenda negra que siempre ha tenido primero la televisión, después y en gran medida los videojuegos, y recientemente el ordenador en sus múltiples usos (*chat*, navegación, correos electrónicos)? El medio siglo de historia televisiva que tiene nuestro país ha producido muchos y variados estudios sobre su impacto social, y algunos acuerdos entre los expertos. Algo parece claro: la relación que se produce entre impacto audiovisual y receptor, está condicionado en gran medida por el propio sujeto y su contexto de recepción. Lo dicho significa que una conducta antisocial, comportamiento delictivo o trastorno de aprendizaje no depende sólo, menos exclusivamente, de la cantidad de horas delante de las pantallas, pequeñas y grandes, sino también de otros muchos factores (genéticos, culturales, sociales, ambientales, familiares...).

Los estudios y valoraciones que llegan sobre el consumo de los videojuegos, ordenadores y móviles, son todavía confusos y contradictorios¹. Por tanto, el discurso de los apocalípticos e integrados, recogiendo la terminología de Eco, sigue presente. Entendemos que no merece la pena perder el tiempo en buscar culpables, ni chivos expiatorios, sino analizar situaciones que requieren un enfoque interdisciplinar, y buscar estrategias de intervención realistas, prácticas y saludables. Mi aportación pretende exponer una posición positiva, por eso hablamos de crecer entre pantallas, crecimiento que en ningún momento es ausencia de conflictos, porque el conflicto también ayuda a crecer, y porque crecer es un conflicto. El adolescente no lo tiene fácil, “estar creciendo” resulta incómodo y complicado.

Adolescencia y pantallas ofrece un intenso claroscuro, porque bien se contempla, con cierto simplismo, víctimas o virtuosos de la seducción tecnológica. Víctimas en sus “rincones de ver y/o jugar” que cada día se multiplican (su casa, la casa de los amigos, los ciber...), donde se

1. www.adictosainternet.com y www.aui.es/biblio/notas. Un 11% de los menores que son usuarios de Internet “pueden considerarse adictos” a este medio, según el informe presentado por el Defensor del Menor, Pedro Núñez Morgades (www.cibernauta.com) 13-11-2002.

recluyen o aíslan sumergidos en horas y horas de consumo audiovisual. Niños inermes e indefensos, muy vulnerables ante la perversas influencias de la televisión primero, luego los videojuegos, finalmente, internet. Para evitar estos peligros se anuncian medidas de control y protección. Nos encontramos ante una posición que arranca desde un determinismo tecnológico, que considera que el sujeto que percibe y recibe el mensaje mediático es un ser frágil, pasivo y aislado. Frágil porque no tiene defensas, ni estrategias de gestión con el mensaje recibido. Pasivo porque es incompetente, incapaz de responder e interactuar con el medio. Aislado porque el espectador o usuario de los medios y sus pantallas mira, pulsa, interactúa, juega o navega sólo y asépticamente, sin entornos, ni contextos.

O bien, son los virtuosos de la tecnología. Se trata de la "generación electrónica". Niños y jóvenes dotados naturalmente de competencias ("nacen tocando botones", "crecen entre la cacharrería electrónica") para desenvolverse con absoluta comodidad y libertad por todos los laberintos electrónicos y digitales. Por tanto, cualquier interacción con lo electrónico supone para el niño una riqueza, un libre acceso, un privilegio para estar "entre los triunfadores" y conectados.

Si antes los medios eran un peligro, ahora es lo contrario: los medios seducen y la tecnología fascina. ¿Cuál es el discurso que ahora tenemos detrás? El del mercado. En la medida que se convenga de que la tecnología y los jóvenes se llevan muy bien, la venta de ordenadores, cámaras digitales, móviles, etc. no parará. Y por tanto y para que esto siga, el axioma es contundente, "o estás conectado o no existes".

Este doble postulado obedece a un mismo discurso paternalista. Si los adolescentes son frágiles y vulnerables, hay que protegerlos. Si nacen capacitados para triunfar en el seno tecnológico, hay que mantenerlos a "la última" en sus consumos. Último móvil, último efecto digital en el más reciente videojuego. El padre moral y el padre mercado tasan la capacidad de los jóvenes como seres "preadultos" que necesitan protección. Estamos ante una construcción en la que la infancia y juventud son excluidos² (Buckingham, 2002) pues se les considera como "los que no son", como los que no han "llegado" a adultos, porque no han madurado. Desde el control y la protección, se les impide ser personas a estos niños y jóvenes "presociales".

Se contempla a los medios (grandes medios masivos y nuevas tecnologías) como un auténtico peligro. Por eso proliferan códigos censuradores, como los V-Chip y bloqueadores de *software*. Se anuncia, por consiguiente, y en términos de Buckingham, la muerte de la infancia (añadamos, en gran medida adolescencia), tildando a los medios como principales culpables (especialmente a la televisión).

Se niega el papel activo del espectador (sea niño, joven o adulto), sin tener en cuenta que cualquier consumo audiovisual es una negociación entre sujeto y pantalla, individuo y producto mediático; interacción con otros sujetos, bien en conversaciones, juegos o recreaciones, lo que origina un proceso cognitivo y socializador³.

2. Buckingham, D. (2002). *Creecer en la era de los medios electrónicos*. Ediciones Morata, Col. Pedagogía Educación Crítica. El autor reclama en esta obra una mayor participación de los niños y jóvenes en la construcción de la sociedad, así como crítica la posición proteccionista que adopta la sociedad adulta.

3. Aún recuerdo, hace años —cuando sólo se tenía en las casas un televisor— que un profesor me preguntó preocupado si había actuado correctamente "tirando" su aparato de casa, porque había observado que su hijo se quejaba de que no se enteraba de la mitad de las conversaciones de sus amigos y compañeros de colegio.

ESCENARIOS JUVENILES, UNIVERSOS UBICUOS⁴

La sociología coincide en que existen grandes diferencias entre la juventud de antes y la de ahora, siendo el ámbito del tiempo libre, el principal escenario relacional, de crecimiento y de cambio. Esta vivencia del tiempo libre ha experimentado una convulsa transformación, debido entre otros factores, a la enorme penetración social de la televisión y la irrupción de la fenomenología de las pantallas. Varios estudios confirman que el consumo y la interacción que los jóvenes desarrollan alrededor de las pantallas (televisión, videojuegos, internet, cine, móviles) son un factor socializador de primer orden⁵. Se concluye que el uso de estos medios de comunicación se convierte en una *praxis* relacional, que proyecta un significativo ámbito de socialización y conocimiento.

Los rincones de ver, y sobre todo de jugar, son el escenario para intercambiar un truco, advertir del último efecto de un juego, ahorrar esfuerzo y tiempo en bajarse una película o canción. En cualquier caso quien realmente decide, en gran medida, la influencia positiva o negativa del medio y/o pantalla es el propio usuario y su relación con el entorno.

Los jóvenes son en relación a su contexto, lo que obliga a concretar qué sociedad los enmarca. Nuevos medios y canales de comunicación, nuevos escenarios de relación en la también denominada "generación net", nueva comunicación. También consumo compulsivo, gratificación inmediata, grandes dosis de hiperpresente, todo tiene que ser ya, "aquí-y-ahora". Estos son algunos rasgos ambientales que conforman el "habitat juvenil" (no sólo).

Recordemos las reuniones de tutorías y entre educadores, sesiones y entrevistas con padres, siempre llegamos al mismo lugar: ¿cómo podemos educar, intervenir, si el ambiente deseduca? También nos preguntamos, ¿este contexto de hiperestimulación, provocado por los MCM (medios de comunicación de masas), y los entornos digitales, ayuda a un crecimiento personal, a una mejor inserción social, a un comportamiento ético más autónomo?

Los jóvenes, contrarios a las normas de los adultos —tampoco podemos olvidar que la sociedad que los adultos han construido resulta escasamente prometedora—, se encuentran envueltos en una espiral de crisis que pivota en tres ejes: escuela, entorno y familia. La escuela ni puede ni debe ser el colchón que recoge todos los problemas que la sociedad tiene; la familia, sabemos y notamos en el día a día, que muchos padres ya han claudicado en gran parte de sus responsabilidades básicas; y el entorno es un poderoso ambientador que mete presión y condiciona las actitudes y el comportamiento de los jóvenes. La educación adolece de una educación para y en la autonomía.

Sabemos que la autonomía es la condición que tiene un sujeto para optar por un comportamiento ético⁶, que podríamos llamar comportamiento maduro. No obstante, los adultos siguen

4. Actualización y adaptación de Gabelas, J.A. (2005). "Universo ubicuo" en *Pantallas Sanas. Programa de Cine y salud*. Gobierno de Aragón.

5. Se pueden consultar dos estudios dispares en la geografía (España y Argentina) pero coincidentes en muchas de sus conclusiones. Uno de ellos realizado por un equipo de investigadores de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya), Adriana Gil, Joel Feliu, Isabel Rivero y Eva Patricia Gil: *¿Nuevas tecnologías de la información y la comunicación o nuevas tecnologías de relación? Niños, jóvenes y cultura digital*. Y, el segundo, *Qué televisión quieren los niños*, investigación comparativa internacional de Tatiana Merlo Flores de la Universidad Católica de Argentina, expuesto en Luces y laberinto audiovisual. Primer Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación celebrado en Huelva en octubre de 2003.

6. Victoria Camps desarrolla ampliamente este concepto en su artículo "Instituciones, agencias y mecanismos de supervisión mediática" en el libro *Ética de los medios* (2004). Ed. Gedisa: 235-240.

considerando a los jóvenes y niños seres pre-sociales incapaces de decidir lo que quieren o no quieren hacer. Se les considera o una amenaza (asociados al botellón, indisciplina, delincuencia, droga) o una víctima (no pueden salir solos a determinadas horas porque puede ocurrirles algo, no deben conectarse a internet porque entran en páginas indebidas, no deben salir con tales compañías porque les pueden perjudicar).

Ciertamente la influencia que tiene el entorno ambiental y mediático es muy potente, de lo que se deduce la importancia que tiene educar en los medios para la comunicación, en la recepción crítica y autónoma de los mensajes que constantemente “flotan en el ambiente”.

VIRTUALIDAD, INTERACTIVIDAD E INMERSIÓN

“Cinemáticos, estamos transformando todo paradigma de sensibilidad. La mirada, por ejemplo, ha cambiado. De mirar lo ‘real-real’ nuestros ojos se acostumbran cada día más a situarse en pantallas. Ya no hay mirada, hay pantallas. Imágenes-prótesis, no imágenes-orgánicas. Artificio de lo real, nudos de imágenes fluidas a través de la energía-velocidad: mirada electrónica en red, más rápida, más global, y, por ello, ¿menos humana?” (Carlos Fajardo)

Cuando se habla de virtualidad aparecen dos elementos básicos, interactividad e inmersión. El primero tiene muy buena prensa, se vende muy bien porque se considera una especie de panacea de la tecnología: el artefacto y su *interface* permiten al usuario interactuar con escenarios inaccesibles, imposibles de otra manera. Esto favorece buenas campañas publicitarias y que los ordenadores se vendan como rosquillas. No ocurre lo mismo con la inmersión. Parece que ha existido un rechazo muy fuerte por parte de los críticos ilustrados, que consideran que todo aquel que se “sumerge” en un videojuego, por ejemplo, anula su pensamiento crítico y se deja llevar por la vorágine de su dinámica. Preguntémosnos, ¿qué ocurre con *El Quijote*? ¿y con otras muchas grandes novelas, que resultan ser el santo grial del púlpito de los “grandes” intelectuales? Observemos un solo ejemplo⁷: “En resolución —escribe Cervantes en *El Quijote*— él se enfrascó tanto en su lectura, que se le pasaban las noches leyendo de claro en claro, y los días de turbio en turbio; y así, del poco dormir y del mucho leer se le secó el cerebro, de manera que vino a perder el juicio” ¿O es que esto no es inmersión? La inmersión no es una gratificación simple y fácil para escapistas de incultos, es una experiencia vigorizante. Necesaria. Supone atracción, pasión, placer. Un escritor, un cineasta, un empresario se sumergen en el proyecto para gestarlo y llevarlo a cabo.

El factor inmersión nos conduce a reconsiderar el concepto de virtualidad, paradójicamente en su etimología. Del *virtus* inicial del latín, que significa fuerza, energía, que luego Platón difundiría como virtud, se pasa al período del latín escolástico, apareciendo el vocablo *virtualis*, entendido como lo potencial, y que Aristóteles desarrollará como potencia para hacer el acto.

Utilizando el similitud de la bellota y el roble, la bellota potencia, que será el futuro roble. De modo que es aquí donde cobra auténtico sentido el concepto de virtualidad, pues no se considera una oposición a lo real, ni a lo posible, sino que se le atribuye una relación dialéctica: lo virtual como posible y lo actual como concreción de lo virtual.

Vendrán otros siglos y otros autores que volverán a oponer lo virtual con lo real y así aparecen las falsificaciones, los simulacros, el engaño, etc. Y parece que esta segunda acepción es la que más se ha generalizado, perdiendo el origen del concepto, y también su sentido.

7. Adaptado de Marie-Laure Ryan (2004). *La narración como realidad virtual*. Barcelona: Ed. Paidós.

Las comunidades en línea son comunidades de personas basadas en intereses, en afinidades, en valores, también en posibilidades de ser y de hacer. Internet permite crear conexiones entre personas saltándose todos los límites físicos de lo cotidiano. Mediante internet, tal y como ha expresado Castells⁸, se puede, por un lado, crear lazos débiles de relación y por otro, reforzar los lazos fuertes que existen en la relación física.

Las comunidades electrónicas también son comunidades que generan sociabilidad, y relaciones humanas, aunque estas relaciones no son las mismas que en las comunidades físicas. Entendemos que existe una correlación entre sociabilidad presencial y virtual. En caso de que exista una débil sociabilidad presencial, es frecuente que internet sea el punto de fuga para evadirse y aislarse.

Describamos brevemente uno de los espacios de máxima interacción en la red, el *chat*. Permite, a diferencia del teléfono y otras tecnologías de comunicación, hacer confluír en un mismo medio a personas de distintas latitudes posibilitando una comunicación con un claro exponente lúdico.

A través del texto escrito, básicamente, los jóvenes más, se comunican desde lugares diferentes, sin más estímulos que una pantalla donde aparece lo que las otras personas van "diciendo" y donde uno puede responder al público o a un miembro en particular en tiempo real. El *scroll* o pasaje rápido de los textos en pantalla, es en alguna medida un paradigma de lo efímero de las comunicaciones en la posmodernidad. El tiempo de reflexión es entonces breve, mínimo, y es el tiempo de reacción el que se privilegia, lo importante es que contestes ya, por lo que difícilmente los contenidos alcanzan elevado nivel literario o reflejan un pensamiento elaborado.

El estilo del *chat* en este sentido se acerca mucho más al intercambio oral. Con muchas reminiscencias de las conversaciones telefónicas o las físicas cara a cara. La informalidad de su contenido y forma lo separa del género escrito y lo acerca a un discurso escrito con características de oralidad. Sin embargo, carece de muchos atributos propios de la oralidad como la mirada, los gestos, el timbre, entonación de voz, pausas, etc. aunque el cruce de mensajes juvenil está dotado de una estética cargada de fondos, emoticones, ritmos musicales, etc.

Se caracteriza, como así ocurre con los SMS de los móviles, por su espontaneidad, falta de convenciones y reglas gramaticales, o al menos de su obligado cumplimiento. Sin reflexión, y sin revisión, la linealidad aparece transgredida por palabras y expresiones intercaladas con intervenciones ajenas, fragmentadas y dispersas. Podemos señalar al *chat* como paradigmático de las comunicaciones posmodernas: informales, breves, inicialmente poco vinculantes con el universo interior del otro.

Sabemos, y todos lo hemos comprobado, que en lo virtual no hay "físico", ni procedencia social, ni cultura. Es el instante. No me resisto a utilizar una cita⁹ que recoge las palabras que Platón en sus *Diálogos* pone en boca de Sócrates: "Voy a hablar con la cabeza tapada, para que galopando por las palabras, llegue rápidamente hasta el final, y no me corte, de vergüenza, al mirarte." ¿Qué ocurriría si cada vez que iniciamos una conversación con otro por la red, pudiéramos mirarnos a los ojos?

8. Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Ed. De bolsillo. Castells, M. e Imanen P. (2002). *El estado del bienestar y la sociedad de la información. El modelo finlandés*. Madrid: Alianza Editorial.

9. Bescos, V. la utiliza en su artículo "Amor en la red".

Estamos en el juego de máscaras. En el *chat* los actores/usuarios participan activamente y se sienten cómplices y protagonistas de sus sucesos. Nadie parece ser quien dice ser, la incertidumbre es total. Las identidades son cambiantes y los usuarios están permanentemente jugando con algo que desde la sociología es considerado clave en la sociedad actual: el proceso de autofabricación del yo como un proceso inacabable, en un interminable juego de identidades múltiples.

El *chat* recupera la presencia y pone al servicio de quien quiera entrar en un canal, la posibilidad de escenificar un personaje ficticio creado para la ocasión, pero sin las reglas fijas del contexto cultural. El uso de seudónimos es parte necesaria y clave del *chat*. Este requisito invita a la creación de nuevas identidades. Algunas de éstas se mantienen a lo largo del tiempo, otras, tan sólo duran un *clic* o una conexión. Pero el *chat* también es un “espacio” más para abrir nuevas relaciones que luego pueden conducir al encuentro presencial, o compartir gustos y aficiones que después permanecen.

“Agregame”, es la invitación mágica para pertenecer a una comunidad virtual, a un grupo. El niño y adolescente agregado forma parte de un escenario virtual pero sincrónico, coincidente en el tiempo, donde charlan informalmente. Las idas y venidas de sus participantes animan el ritmo de la conversación que a veces transcurre por los escenarios de su realidad cotidiana; otras se sumergen en un baile de máscaras y espejismos, donde la fantasía, el disparate, la caricatura forman parte de esta comunicación. La conexión, que en un primer momento supone incertidumbre (¿quién habrá al otro lado?), enseguida se convierte en tranquilidad porque estoy en mi grupo.

El desfile de escenarios que provoca y genera la fenomenología de las pantallas no se ha cerrado. Tampoco la educación puede tabicar su quehacer diario. La actualidad galopa a lomos de lo audiovisual, los jóvenes viven, sienten y piensan en imágenes.

DOS DIMENSIONES, DOS RETOS EDUCATIVOS

LA DIMENSIÓN LÚDICA

El placer y el juego han sido siempre aspectos sustanciales en las relaciones. También lo son en la convivencia con las pantallas, especialmente entre los niños y adolescentes. La educación se ha quedado atascada en planes rígidos de formación, con cánones y normas estrictas que rechazan lo irracional, informal y lúdico. El análisis crítico que es necesario y que ha presidido los programas de formación y educación en medios en estas dos últimas décadas, llevan una dirección, la producción. Los jóvenes necesitan “escribir” con los medios, realizar sus propias simulaciones, grabaciones, ediciones. Esta producción facilita un espacio especial para explorar los placeres, las gratificaciones, un componente emocional de primer orden para garantizar cualquier proyecto e iniciativa. Si la gratificación es inmediata o a corto plazo, mejor todavía, porque el siguiente proyecto se tomará con una mayor motivación¹⁰. Con frecuencia, los educadores nos empeñamos en proyectos a largo plazo, en últimas metas que conducen al desánimo y a que muchos queden en la cuneta del camino.

Sabemos que los jóvenes viven una dualidad de tiempos y espacios. El “oficial”, de lunes a jueves, en el centro educativo, básicamente; y el “finde” en la calle. El tiempo de ocio es el “que

10. El 21 de diciembre de 2004, la misma tarde en que veinticinco adolescentes, después de una tarde para hacer el guión y grabar, vimos el corto, la satisfacción fue mayúscula, porque todos habían participado, nadie les había obligado, y pudieron disfrutar de lo hecho de modo inmediato.

cuenta", el que llenan de vivencias, relaciones, comunicación. El lunes marca el tiempo de la obligación, las normas, la responsabilidad. Con el viernes comienza todo lo contrario, es la fiesta, la diversión, la noche y las no-normas. Es el momento de aprovechar hasta el último segundo, vivencia plena del presente. Hiperpresente. Estos son los hechos, pero cabe una pregunta ¿podemos convertir el "tiempo oficial" en un escenario menos anónimo, inútil, y/o aburrido? ¿puede la escuela en sus espacios formales, y la educación en el ocio, en sus espacios no formales, generar un escenario más lúdico, más vivencial? ¿y de qué manera, la relación con las pantallas propicia esta iniciativa?

Los adolescentes son espectadores y jugadores. Con una experiencia social básica, caracterizada por la multiplicidad de conexiones con el entramado de la información. Una generación que puede simultanear dos, tres vías de información, con varios estímulos cada una de ellas, una sobresaturación que también produce colapsos. Nacieron con la tele en color, acunados en el lecho tecnológico, ignoran los grandes relatos y culebrean en el *zapping* al ritmo de los video-clips. Viven a velocidades de vértigo, y con la inmediatez del hiperpresente. La estimulación fragmentaria, impresiona y agarra la atención, pero sólo por un instante. Y nos preguntamos con Funes (2005) ¿qué miran los jóvenes? Y sobre todo, ¿cómo miran?, ¿qué significados se producen en esas miradas?

Las pantallas se diversifican, y se individualizan (primero fue el cuarto de estar, luego convertido en cuarto de ver, más tarde fueron los cuartos de ver). La casa se ha convertido en un montón de rincones, con muchas pantallas, donde sus inquilinos miran. ¿Más aislados?, pero con más desconocimiento por parte de los padres de lo que ven sus hijos.

La escuela forma a futuros ciudadanos, la escuela necesita una linealidad en el tiempo para sus enseñanzas, la escuela está llena de programas y temarios, horarios, paredes que aburren a los jóvenes. ¿Podemos invertir la pedagogía del aburrido¹¹? Es posible, aunque admitiendo que no es fácil, ni tampoco cómodo, porque las clases siempre serán más ordenadas y tranquilas siguiendo la inercia convencional de los programas escolares. Pero es posible invertir la pedagogía del aburrido, en una pedagogía lúdica, sin desechar para nada el esfuerzo, ¿cómo? Movilizando al alumno, implicándolo en procesos creativos que le motiven y le gratifiquen. El esfuerzo no se opone a placer. Si no leen, no cocinan, no investigan, es porque no se les ha enseñado el placer de leer, de cocinar, de curiosear y disfrutar haciéndolo. Todos tenemos alguna experiencia en la que recordamos como una iniciativa (rodaje de una película, taller de cocina, grabación de un anuncio, preparación de un viaje de estudios, fiesta final de curso, campamento, gran juego de pistas, preparación de una obra de teatro o creación de un grupo musical) en la que los adolescentes se han volcado y no han escatimado ni tiempo, ni esfuerzo, ni ilusión.

Los adolescentes son espectadores y jugadores, en ambas dimensiones y en ambos ámbitos, el placer de ver o jugar les seduce y sumerge.

El placer del espectador¹²

Lo audiovisual fascina, impacta. Es imagen, que tiene el poder de lo concreto, inmediato y gratificante. Los neurobiólogos sostienen una clara distinción entre el "cerebro que piensa" (neocórtex), y el "cerebro que se emociona" (sistema límbico), pero con un inmenso campo neuro-

11. Sugerente expresión que utiliza Virginia Funes: "Espectadores, los alumnos del siglo XXI". *Comunicar*. Pg. 106-111.

12. Presentado por Gabelas, J.A. en la ponencia "Pantallas y modelos: claves y estrategias para una tutoría" en el Congreso Internacional sobre Orientación y Tutoría celebrado en julio 2003 en Zaragoza.

nal de conexiones. El impacto visual penetra en el hemisferio derecho que es figurativo y sintético. En el momento de percibir este estímulo, el sujeto siente la necesidad de implicarse, se activa su campo emocional. La retina humana recibe un bombardeo continuo de impactos que no sólo dificultan la reacción y el correspondiente filtraje racional, sino que también pueden saturar, y por tanto, insensibilizar.

El oxígeno de las pantallas es el espectáculo. No interesa reproducir la realidad, ni convertir a los MCM en ventanas abiertas al mundo o reflejos de lo que ocurre. Cuando a D. Griffith¹³ le encargaron que hiciera una película de la Segunda Guerra Mundial, después de pasar varios días en el frente rodando escenas, se convenció de que la guerra no era suficientemente dramática para rodarse, y así planificó y rodó la batalla del Somme, una de las grandes escenas que conmovieron a los aliados y que reconstruía ficticiamente la batalla; pero que nunca existió. Desde la pequeña pantalla, hasta la grande, pero también en las más proactivas (móviles, videojuegos e internet) el espectáculo engloba la puesta en escena y nutre sus guiones. Es muy difícil comprar un videojuego o buscar por las salas de cine, o zapear por la programación en busca de un contenido que carezca de la triple "ese": sangre, sexo y sentimiento. Espectáculo.

El placer del jugador

Participación, interactividad, inmersión. Metas que se alcanzan rápidamente, imágenes trepidantes, efectos de última generación, recuentos automáticos de puntos hacen que la retina permanezca pegada a la pantalla. A diferencia de la televisión o el cine, la pantalla del videojuego, o de los juegos *on line*, es el escenario para la acción simulada. El espectador se convierte en jugador. El usuario ya no está al otro lado de la pantalla, forma parte del escenario, participa en la acción, decide el desenlace. El usuario toma las decisiones y determina lo que hace el personaje de ficción que es un títere en sus manos.

Las expectativas del jugador de juegos de ordenador (Darley, 2002)¹⁴ "tiene poca relación con el nivel de identificación y el *voyeurismo* muy próximos al espectador de cine y televisión." En una película la acción transcurre dentro de una estructura predeterminada, la respuesta del espectador es básicamente mental. Pero el jugador se sitúa en un lugar de control sobre la acción. Juegos como el *Underground* permite actualizar el vehículo, maquearlo, cambiar su mecánica. Con los *Sims* el jugador puede formar una familia convencional de clase media o escoger una familia peculiar y excéntrica. Decide su vivienda, busca trabajo, va al gimnasio, cocina, liga, cuida los hijos. También puede crear los personajes a su medida. Según las intenciones del jugador se pertenece a un jugador u otro, estas elecciones deciden la dirección de la historia que se está construyendo.

La solidez y profundidad psicológica que caracteriza la narración, especialmente de la ficción clásica, queda diluida en el videojuego por el protagonismo del jugador. Son los propios espectadores/jugadores los que tejen el espacio de la acción, los que se marcan unas metas y superan unas dificultades. En la narración, la clausura, el final del relato es un hecho inexorable; en el juego, no existe. El enigma, el misterio por resolver no es con frecuencia el final del juego, sino un intento, porque el problema sigue sin resolver, el paso y superación de pantallas no significa llegar al fin.

13. El otoño de 1998 la BBC en coproducción con la CBC TV emitió la serie informativa "Daw of the Eye", Testigos de nuestro tiempo. Programa informativo que exponía cómo y por qué se ha narrado nuestra historia.

14. Darley, A. (2002). *Cultura visual digital*. Barcelona: Paidós. Pgs. 237-238.

J. Rifkin (2000)¹⁵ explica que a millones de niños (especialmente varones) se les diagnostica en Estados Unidos Alteración Hiperactiva por Déficit de Atención (AHDA). Educadores, padres y madres, psicólogos y sociólogos levantan unánimes esta queja. No hay manera —dicen—, los estudiantes se distraen fácilmente, son incapaces de centrar la atención. Comportamientos compulsivos, rápida frustración, son algunos rasgos que caracterizan estas conductas. ¿Por qué extrañarnos? Crecen en unos entornos de vértigo, en los que la constante estimulación les acostumbra a una gratificación fácil e inmediata. Como sostiene este autor, el desarrollo neuronal se habitúa a un lapso de atención corto, demasiado corto. Cada vez necesita una mayor dosis de gratificación sensorial en el menos tiempo posible. En estacultura del *click*, o del *zapping*, es hora de cuestionarse qué tipo de conexiones son necesarias y qué tipo de accesos son significativos.

LA DIMENSIÓN SOCIAL

En las cuatro últimas décadas han sido varios los enfoques y estudios que han intentado responder a la relación que los jóvenes han sostenido con los medios audiovisuales y digitales. El enfoque tecnicista admite que los medios y sus pantallas son tecnología neutra, meramente funcionales. Si los jóvenes ven la tele, juegan con los videojuegos o navegan por internet, sólo lo hacen para ver, jugar o navegar, sin más. Es una concepción acrítica que se ampara en el “las pantallas, ni buenas, ni malas, depende de su uso”. En los ámbitos educativos, este enfoque tuvo mucha vigencia en los años ochenta con la aparición de los vídeos en las escuelas, y hoy, en pleno siglo XXI, sigue siendo una tendencia dominante, en cuanto que se mide el nivel de penetración educativa de las llamadas nuevas tecnologías, según el número de ordenadores que hay en los centros. Es decir, se utilizan los medios, pero sin cuestionar el para qué. Estaríamos hablando de una enseñanza tecnológica, pero no de una educación para la comunicación, ni para el crecimiento como ciudadanos.

Un segundo enfoque, se centra en la teoría de los efectos. Esta posición tiene hoy bastante vigencia. Cuando se afirma que la televisión, y otros medios con sus respectivas pantallas, provocan determinadas actitudes y comportamientos, generalmente negativos, estamos sentenciando desde la perspectiva de los efectos. Atribuimos a un medio la capacidad de producir un efecto inmediato y directo. Pero olvidamos que el receptor es un sujeto activo, que recibe desde unos contextos personales, sociales, culturales, con una mirada que no es inocente, pues contiene un pasado, unas vivencias y unos intereses. Ver es interpretar, percibir es recrear.

La teoría de los efectos ha estado muy asociada al conductismo norteamericano y sus muchos experimentos. A este planteamiento se le ha denominado coloquialmente la “teoría hipodérmica” —te pincho, luego reaccionas—. Desde ella se desprende que el beneficio o perjuicio que los medios aportan al proceso enseñanza-aprendizaje sólo depende del impacto mediático. Sin tener en cuenta los contextos de recepción y sus diferentes modelos sociales, ni al sujeto-receptor, ni los paradigmas educativos que proponíamos, ni el marco de estrategias de intervención que se puedan desarrollar.

La teoría de los efectos defiende una posición proteccionista ante los medios y sus pantallas, desde un miope paternalismo que ayuda muy poco al desarrollo autónomo de los jóvenes y su definición como ciudadanos.

15. Autor de *La era del acceso*. Paidós, 2000. Presidente de la Fundación sobre Tendencias Económicas, con sede en Washington, DC.

El tercer enfoque, podemos situarlo en las corrientes de recepción crítica¹⁶. Se considera que el espectador o consumidor es un sujeto activo y crítico. Se valora una intervención educativa que priorice un planteamiento participativo y constructivista de la enseñanza-aprendizaje. Se entiende que educamos con y para la comunicación. Su objetivo es descodificar mensajes y contenidos, analizando, contrastando, jerarquizando y ordenando la información difundida por los medios y las todavía llamadas nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Este planteamiento no olvida la importancia del proceso comunicativo y se centra en el análisis de los contenidos ideológicos del discurso construido por los medios. La perspectiva crítica parte del sujeto-receptor activo-crítico-creativo para conseguir una mayor intervención social. Para una educación autónoma, cooperativa y saludable. La reflexión provoca una acción de cambio, una alternativa a los grandes modelos sociales que ofrecen los medios.

Este tercer enfoque enfatiza el análisis crítico, la reflexión sobre impacto mediático y la observación de que cada pantalla tiene su medio, y cada medio su amo, porque los medios audiovisuales son esencialmente empresas. No obstante, en mi opinión, este enfoque ha descuidado la dimensión participativa y creativa de los propios jóvenes, no atendiendo suficientemente a su capacidad para construir sus propios mensajes, sus propios productos mediáticos (revista o periódico escolar, corto, programa de radio). "Una recepción crítica no se puede quedar en la teoría, ni en las discusiones de salón. La palabra clave es participación, que admite distintos niveles y ámbitos. Probablemente empezando por los entornos más próximos y cercanos, para ir abriendo el círculo de actuación" (Spectus, 2004)¹⁷. Los medios digitales abren las posibilidades de la participación activa, la accesibilidad a internet. El uso de una cámara digital, facilita la creación de los propios materiales. Se han puesto al alcance de la mano del consumidor doméstico, y más de los jóvenes, algunos aspectos de la producción que antes eran muy costosos (grabación, sonorización, edición) de la producción mediática. Sin embargo, no podemos ignorar que sólo el veinte por ciento de la población mundial tiene acceso a estas tecnologías, y que las barreras entre los conectados y los que no, se agigantan.

La educación mediática no se contempla como una protección¹⁸, sino como una forma de preparación, que supone una doble finalidad. Que los jóvenes desarrollen la comprensión que tienen de la cultura mediática, y que participen creando y produciendo sus propias historias.

La alfabetización mediática atiende con prioridad la dimensión social de los consumos y las convivencias con las pantallas, como un escenario real (presencial y virtual, ambos complementarios) para la socialización. Lo que los niños y jóvenes ven en televisión, o juegan en las consolas, o navegan/chatean por internet no sólo corresponde a un proceso cognitivo o intelectual, ni responde a un proceso individual. Los programas que se consumen, los juegos, *on line* o presenciales que se practican, los chateos y conversaciones que ejercitan son esencialmente lúdicos y sociales. El juego social envuelve la presencia de las pantallas y alimenta el crecimiento de sus usuarios. Se habla, se ríe, se juega, se imita o discrepa sobre lo que se ha visto o interactuado a través y mediante las pantallas. Una vorágine de clubs de fans y comunidades virtuales surgen y crecen alrededor de programas y juegos que marcan la identidad de los jóvenes y describen sus hábitos, atuendos, costumbres, lenguaje y gustos.

16. Muy extendidas entre los Estudios Culturales que tuvo su momento fundacional en los años sesenta con los "British Cultural Studies". En los años setenta, con un fuerte componente semiótico, surge la llamada teoría de Screen (pantalla), con los extensos trabajos de L. Masterman. Desde Europa y Latinoamérica surgirá un fuerte movimiento en torno a la denominada "educación" con M. Kaplún, G. Orozco, M. Barbero, entre otros destacados teóricos.

17. Grupo Spectus (2004). *Máscaras y espejismos: Una aproximación al impacto mediático. Del análisis a la acción*. Madrid: Ediciones de la Torre.

18. Buckingham, D. (2005). *Educación en medios*. Barcelona: Ediciones Paidós.

