

Martínez, 1999:53). El mundo parece transformarse en una gran red que trastoca la percepción del tiempo, el espacio, la historia y el futuro.

En este contexto nos preguntamos ¿qué podemos entender por identidades en la era de la globalización?

Puntualizaremos retomando a Mato (1994:16-17) que las identidades y diferencias son “representaciones socialmente construidas” y no legados heredados y que como procesos de creación colectiva no están exentas de conflicto y disputas en la medida en que las identidades se construyen a partir de la lucha entre diversos actores por promover sus representaciones. Definidas como representaciones sociales, las identidades deben ser pensadas como “estructuras significantes” (Ibáñez,1988); porque tal y como lo sostiene el mismo Mato las representaciones sociales son “enunciados verbales, imágenes, o cualquier otras formulaciones sintéticas de sentido descriptibles y diferenciables, producidas por actores sociales como formas de percepción o simbolización de aspectos claves de la experiencia social” (1998:153). En tanto condensación de significados que permiten organizar la experiencia, las representaciones orientan las prácticas de los actores y al mismo tiempo son construidas por estos (Jodelet, 1988).

Como representaciones sociales, las identidades son dinámicas y complejas, y esto es precisamente lo que encontramos a partir de los procesos culturales globalizados porque, a partir de estos procesos de globalización, los actores movilizan la interculturalidad, las diferencias y la heterogeneidad (García Canclini: 1999:67). También, los actores globales movilizan bienes materiales y simbólicos y a través de ellos promueven un

imaginario global que tiene una incidencia local inmediata debido a los lazos de interdependencia que crean (Brunner, 1989). Pero al mismo tiempo, los actores locales promueven sus propias representaciones y entre lo global y lo local construyen y deconstruyen sus propias identidades (Mato 1995:28).

Creemos que esta perspectiva propuesta por Mato de examinar las identidades como representaciones sociales es teórica y metodológicamente pertinente para nuestro trabajo, en la medida en que, como el mismo autor sugiere, “más que “buscar” o “descubrir” identidades, lo fructífero desde el punto de vista de la investigación es situarse en el análisis del proceso de construcción de representaciones de identidades a partir del examen de las prácticas y discursos de quienes las construyen” (Mato 1995:24).

En el análisis del cómo los actores construyen sus identidades y diferencias es que proponemos estudiar la producción de representaciones de identidades colectivas tomando en cuenta:

- a) El contexto en que los actores elaboran sus representaciones de identidades y las posiciones que ocupan dentro de la estructura de poder simbólico.
- b) Los procesos de comunicación que permiten la interacción entre los actores y las prácticas simbólicas que establecen.
- c) Los objetos a través de los cuales los actores construyen las representaciones de sus identidades y al mismo tiempo los transforman en objetos de conocimiento, interpretación y orientación de sus prácticas.

Consumo cultural e identidades juveniles

Cuando hablamos de identida-

des juveniles no podemos perder de vista que, como cualquier otro tipo de identidades colectivas, nos estamos refiriendo primero a las representaciones que los jóvenes construyen sobre sí mismos y sobre los otros. Esto es, al principio de diferenciación que encierran las expresiones de contraposición; nosotros/ellos y a la validez consensual que supone la condensación de una imagen de reconocimiento e integración al grupo; y segundo, a lo que Valenzuela (1999:3) denomina las dimensiones relacionales y situacionales que permiten hablar del cómo los jóvenes construyen sus identidades más allá de sus fronteras como grupo, esto es, en relación con el contexto social global.

Los principios de identidad y diferenciación se construyen sobre la base de múltiples elementos, pero la centralidad de los condicionantes depende de la dinámica social. En las sociedades modernas actuales las identidades ya no se construyen con base a los referentes tradicionales de tiempo cronológico y memoria histórica, espacio territorial delimitado y experiencias de vida como comunidad (Bermúdez y Martínez 1999). Los crecientes procesos de globalización que impulsan los actores globales y la revolución social que ha acompañado el desarrollo cada vez mayor de las llamadas nuevas tecnologías, implica también un redimensionamiento en la manera como se configuran las identidades y diferencias. En este contexto, los jóvenes construyen sus experiencias de vida, cada vez más, a partir del consumo de símbolos culturales globales provenientes de diversos lugares y sometidos a una fugaz permanencia. Estamos, como lo expresa Martín Barbero al referirse a los jóvenes, ante “nuevos modos de percibir y narrar la identidad,

y de la conformación de identidades con temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos”(2000:4). En este proceso el valor simbólico de los objetos se convierte en el principal elemento de identificación. No se trata del mero consumo masivo de objetos y símbolos, sino de nuevas formas de construcción simbólica de la sociedad y de construir sus identidades como jóvenes. Es decir, estamos refiriéndonos a las distintas maneras como los jóvenes construyen sus representaciones del “ser joven” y de los símbolos, prácticas y espacios de consumo, a través de las cuales las construyen.

Tiempos de ocio y consumos de jóvenes urbanos Ana María Mendes Diz

Las concepciones de juventud y de fiesta juvenil se han ido transformando desde la década del sesenta hasta hoy, lo cual se vincula con una mayor escolarización, dependencia familiar, prolongación de la denominada juventud, aumentos del tiempo de ocio, y un abanico de circunstancias relacionadas con un mercado juvenil emergente y cada vez más consolidado. Con el mayor peso que van teniendo los jóvenes se produce la aparición y transformación de espacios y tiempos específicos y diferenciados para el goce del ocio juvenil, lógica propia de una sociedad de consumo en vías de profundización. En este proceso se revaloriza la noche como espacio de socialización y de experiencia juvenil (Laespada y Pallarés Gómez, 2001).

La ciudad es colonizada por los jóvenes y es el elemento tiempo el que utilizan para conquistar el espacio. En la significación temporal de la ciudad, la oposición día - noche se ha constituido, en mayor medida que en épocas anteriores, en frontera entre generaciones (Margulis y Urresti, 1997; Mendes Di y Schwarz, 2012). Se genera así una ilusión de independencia, de privacidad lejos de la luz del día y de las miradas de los adultos. La noche es un tiempo especial concebido a contrarriorrente de las rutinas y las obligaciones. Es un tiempo propicio para la fiesta donde es permitido subvertir las condiciones habituales de existencia generando la ilusión de libertad, rebelión, goce, imaginación, éxtasis: y la risa irrumpe como burla a los poderes hegemónicos.

La noche comienza cada vez más tarde, logrando un mayor distanciamiento con el tiempo reglamentado de los adultos. La definición de un “nosotros” -jóvenes- define un “otros” -adultos- logrando mayor cohesión en el grupo de pertenencia. Sin embargo, la cultura nocturna no deja de estar regulada por las formas de legitimación y dominación imperantes durante el día. Siguen predominando las lógicas de distinción, exclusión y jerarquías mediante las cuales el mercado sigue definiendo esos espacios recreativos que los jóvenes se apropian (Margulis, 1997; Laespada y Pallarés Gómez, 2001; Mendes Diz et al., 2009).

Es esencial destacar la pluralidad que existe entre los jóvenes que participan en el espacio recreativo nocturno, en sus formas de gestionar el tiempo y sus vínculos con el consumo. En un estudio reciente hemos observado actitudes y prácticas diferenciales por parte de las y los jóvenes, y en los distintos sectores

socioeconómicos (Mendes Diz et al., 2009). La vida recreativa nocturna es uno de los espacios donde los jóvenes construyen sus identidades de maneras heterogéneas, al igual que lo hacen en su transitar por la familia, la escuela y el trabajo. Coincidió con Pierre Bourdieu (1991) en que la socialización se desarrolla fundamentalmente en espacios donde ocurren y transcurren las relaciones sociales. En este sentido, el estudio de los circuitos de sociabilidad de los jóvenes, sus modos de estar juntos, y la utilización y apropiación que hacen del tiempo y del espacio cobran importancia fundamental para entender las prácticas culturales emergentes en ellos.

Las transformaciones en las prácticas culturales de los jóvenes y específicamente sus consumos se encuentran atravesados por una tendencia de alcance global compuesta por el binomio ocio-mercado. En la industria del ocio juega un rol esencial el creciente poder de las multinacionales del alcohol, cuyas inversiones publicitarias se dirigen enfáticamente a la población joven. Y desde la voz de los jóvenes, el consumo de alcohol ocupa un lugar central en la creación de espacios y tiempos dedicados a la sociabilidad con sus pares. En el estudio recién mencionado, el 92% de los jóvenes entrevistados afirmó haber consumido alcohol en su última salida nocturna (Mendes Diz et al., 2009). Los jóvenes se juntan a beber alcohol en plazas, esquinas, incluso casas, durante varias horas en su ritual de “la previa”. Estas prácticas de tomar cerveza y tragos en lugares y tiempos acordados con sus pares, pueden leerse, simultáneamente, como tácticas económicas -por la disminución de costos-, territoriales -por la apropiación de espacios públicos y/o privados-,

simbólicas—por la autoafirmación de identidades individuales, grupales y/o generacionales—, y sociopolíticas—por la construcción de un mundo nocturno contrapuesto a los rituales, normatividades e instituciones de la vida diurna, hegemonizada por las racionalidades y normas de los adultos. (Baigorri Agoiz y Chaves Carrillo, 2006).

Por otra parte, es importante señalar que en los últimos tiempos es cada vez más decisiva la influencia de las industrias culturales en el desarrollo social, pero también es decisiva la participación de los jóvenes en la producción cultural. Su rol de consumidores que impulsan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en todas las áreas de la creación cultural ha ido modificando el lugar social que ocupan los jóvenes en muchos países. Sin embargo, esta aseveración, que puede ser cuestionable, ha dejado abierto un amplio debate (Canclini et al, 2012). Surge pues el interrogante de si estas industrias culturales juveniles apoyadas en la utilización de las TICs no encubren el creciente desempleo de los jóvenes. Asimismo, no puede dejarse de reconocer la existencia de una brecha digital que constituye uno de los indicadores que muestran y refuerzan las brechas sociales (Mendes Diz y Schwarz, 2012). La vulnerabilidad económica y el riesgo de exclusión por desempleo, inestabilidad, se asocian a la falta de competencia en las nuevas formas de creatividad. Las prácticas creadoras de los jóvenes ocurren ante la inercia de las instituciones modernas que, cada vez más burocratizadas para subsistir, inducen a los jóvenes a improvisar por fuera de esos aparatos institucionales. Se trata de los “prosumidores”, concepto con el que se designa a esos jóvenes creativos que de alguna manera desdibujan con sus prácticas los límites entre producción y consumo. (Gar-

ría Canclini et al., 2012; Urresti, 2008). Pero todo esto sucede bajo la presión de lo efímero, renovable y rápidamente obsoleto que caracteriza los tiempos actuales, y estos emprendimientos juveniles que responden a una sociedad de riesgo, difícilmente serán duraderos. Pero sus creadores ¿querrán que lo sean?

La visibilización de la enorme diversidad que existe al interior de la población joven no es excluyente de la necesidad de reconocer desde una óptica político-social la existencia de un grupo juvenil con características propias y necesidades específicas. Hablar de juventudes es apelar a una construcción social que se apoya en elementos psicobiológicos; las condiciones históricas, la situación socioeconómica y las pautas culturales y de género definen el cuándo y el cómo de esta difusa y diversa experiencia (Margulis, 1996; Mendes Diz et al., 2004; 2009). Coincido por último, con las esperanzadoras palabras de los investigadores españoles Francisco Cruces y Maritza Arteaga (2012), que conceptualizan a la juventud como una posición desde y a través de la cual se experimenta el cambio cultural y social que se está dando en nuestros países.

Jóvenes y Cultura

Marcela A. País Andrade

Estas líneas son un breve recorrido de algunos resultados de mi investigación doctoral, desde una mirada socioantropológica. Dicho trabajo persiguió el objetivo general de analizar los consumos culturales ofrecidos por los Centros Culturales (CC) del Programa Cultural en Barrios (PCB) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, focalizando en la relevancia de la participación de los jóvenes de sectores medios luego de la crisis del 2001.

Ocupar el espacio cultural en la vida cotidiana juvenil

Para la comprensión de la problemática planteada, me resultó insuficiente concebir a los jóvenes como simples participantes de un Programa cultural o fundirlos en la imagen de un sujeto colectivo homogéneo (la juventud/ los jóvenes). Así, el primer nivel de análisis se orientó a explicar la(s) construcción(es) identitaria(s) de ciertos grupos jóvenes desde sus representaciones en tanto grupo etario, sus trayectorias culturales, su apropiación y usos del espacio público, las significaciones y usanzas que hacen de la noción del tiempo, los sentidos que le otorgan a “lo cultural”. En tal dirección, se observó que las/os jóvenes resignificaban sus experiencias culturales previas a la crisis del año 2001 para construir su legitimidad respecto a la ocupación del espacio¹. Las trayectorias culturales de estos/as jóvenes, las capacidades para manejarse dentro del ámbito cultural, las participaciones anteriores en actividades relacionadas con disciplinas artísticas y/o expresivas (saber cultural y artístico), junto a la inquietud por “hacer cosas nuevas”, la valoración del “tiempo libre” y la reivindicación de lo gratuito, se conformaron como estrategias de identidad, articulando expectativas de clase, género y edad. Sostuve que la construcción de la noción de juventud reviste una gran complejidad y, por tanto, la necesidad de sumergirse en un concepto

¹ En la década del 90, cierta parte de la juventud argentina construyó sus estrategias identitarias en diversos ámbitos - universidades, espacios culturales, academias, etcétera - privilegiando aquellos de carácter privado concebidas como especialmente “adecuados” para cumplir con dichas expectativas sociales. Sin embargo, los procesos de empobrecimiento de la sociedad - y en especial de los sectores medios - imposibilitaron a ciertos grupos juveniles el acceso a dichos espacios.

que implica tensiones económicas, políticas y culturales. “Ser joven” interpela un momento de la vida representado en años, pero también se imbrica con la estructura de clase, género y etnia a la cual se pertenece, lo cual se materializa en las formas de socialización, las experiencias culturales y las elecciones de consumo situadas. Asimismo, la relación entre las expectativas sociales que se construyen “del joven” y la condiciones reales de existencia se han complejizado en el marco de los procesos históricos, económicos y políticos de las últimas décadas. Afirmé en este trabajo que los CC gratuitos del PCB se convirtieron durante la primera década de este siglo en ámbitos que posibilitaron cubrir las expectativas de ciertos grupos juveniles porteños. En esta dirección, ciertos CC se fueron conformando como ámbitos barriales relevantes para las/os jóvenes de sectores medios empobrecidos, quienes se apropiaron del espacio a partir de diversos mecanismos, entre ellos la participación en los talleres y/o el uso y el cuidado del espacio cultural. Asimismo, los significados sobre los destinatarios de la política cultural también fueron cambiando en el transcurso de los años. Si en la década del 80 el discurso del PCB se construía en torno a la necesidad de intervenir en los sectores más carenciados de la sociedad, a fines de los 90 los documentos del PCB relevaban como destinatarios de su acción a los sectores medios; a los grupos y sectores de la ciudad que el Programa califica como los “más afectados luego de la crisis económica de 2001”. También fue relevante observar cómo el PCB perdió relevancia política en la década del 90, dada la primacía de aspectos de consumo ligados a lo cultural, que el Programa no podía contener. A la postre, la práctica cultural se fue cons-

truyendo como una forma social que se expresaba en líneas de acción y categorías sociales que definían modos de participación, técnicas de organización del espacio y el tiempo. Del mismo modo, la práctica cultural expresaba diversas motivaciones y experiencias previas de los sujetos que participaban en ella. La mayoría de los/as jóvenes de sectores medios llegaban al CC con la expectativa de encontrar un espacio de identificación y pertenencia. Esas expectativas se vinculaban, por un lado, con la falta de espacios culturales tradicionales desde donde construir su identidad cultural como grupo sectorial, y por otro, con las formas de funcionamiento del CC que les permitía cierta flexibilidad en la participación en esos espacios. Desde estas observaciones, sostuve que el PCB no contempló específicamente las demandas de los/as jóvenes de los sectores medios en sus lineamientos principales. En cambio, fueron los procesos de mediación entre la oferta/demanda de los participantes del PCB y el Estado los que construyeron dicha expectativa y posibilitaron el cumplimiento de dicha perspectiva identitaria.

A modo de reflexión final

En el camino de investigación, me interesó dar cuenta de las complejidades que presentaba la relación oferta-demanda de las prácticas culturales enmarcadas en las políticas públicas y destinadas a los jóvenes porteños. Se problematizó dicha acción cultural en un doble sentido: por un lado, en su función de garantizar el acceso y la “democratización cultural” a todos/as; por otro, en su dimensión de generar respuestas a las necesidades, expectativas y sentidos de ciertos grupos jóvenes de los sectores medios de la ciudad. Esta investigación articuló dos procesos simultáneos en la

(re)construcción de las prácticas culturales del PCB que realizan los jóvenes. Por un lado, el referido a la definición y reproducción de “lo cultural” en el marco del PCB y su articulación con las transformaciones de la coyuntura argentina. Por otro, aquel referido a la conexión entre las trayectorias culturales de ciertos grupos juveniles -sus formas de ver el mundo, sus prácticas y sus formas de comportarse- y sus posibilidades y limitaciones para la negociación y la disputa en el espacio cultural actual. Considerar los consumos culturales dentro de los espacios mencionados en relación con la construcción identitaria de los/as jóvenes de sectores medios me llevó a incorporar en el análisis la dimensión histórica de una política cultural sostenida en el tiempo (el PCB). Esto me permitió articular las relaciones entre Estado, economía y cultura en el espacio cultural desde el sentido y las prácticas de los diversos actores intervinientes. Dichas relaciones dan especificidad a las formas en que estos grupos jóvenes (re) elaboraban las prácticas culturales en los CC, en el contexto de la Argentina, tras la crisis de 2001. Asimismo, la creciente oferta/demanda de los consumos culturales en la Ciudad de Buenos Aires respondía a un modelo difundido mundialmente que propone la valorización de la cultura como recurso económico, político, ciudadano, etc. Este contexto exige la necesidad política de integrar los grupos minoritarios en un marco de globalización económica nacional. Ante esto, “lo cultural” se ha vuelto política de Estado. A contrapelo, las políticas culturales locales presentan grandes dificultades para llevar adelante una democratización de los derechos culturales para todas y todos los jóvenes. Las mismas tienden a mantener ciertos estereotipos en relación a lo juvenil