## EL TEMA

**Este número monográfico de la revista de estudios DE JUVENTUD presenta, a propósito de las culturas juveniles, aspectos complementarios de los abordados en otras ocasiones, cuando el análisis de las culturas juveniles se ha centrado en los estilos de vida de determinados colectivos o tribus urbanas (generalmente, trasnacionales, con versión española). A diferencia de esos otros tratamientos, aquí se ha procurado contribuir al debate sobre los modos de hacer y, en particular, las maneras de expresar de los hombres y mujeres que en el presente están en edad de ser considerados -por parte de las instituciones y la sociología actual-, integrantes de la adolescencia y la juventud, entendiendo que no deben concebirse como separados un universo simbólico joven y otro adulto.**

**Ofrecemos nuestra contribución en dos bloques: el primero de ellos, con trabajos referidos a los valores, los comportamientos y las circunstancias en que se produce la socialización de quienes ahora son jóvenes; y, el segundo, con los artículos que se acercan a modalidades comunicativas específicas -y sus correspondientes lenguajes-, de las que participan los jóvenes como productores o/y destinatarios.**

Las formas, los estilos, los hábitos, las prácticas ocasionales y sus significados, todo aquello que, con frecuencia, se considera parte de las culturas o subculturas juveniles ha sido objeto de atención durante el siglo XX como fenómenos cuya emergencia y desarrollo eran facilitados por los medios de comunicación de masas. En los comienzos del siglo XXI, cuando tales medios conviven con redes de intercambios informativos cargadas de nuevas posibilidades expresivas, se ve renovado el interés por el universo simbólico de los distintos grupos de jóvenes y, dentro de ese universo, por el uso que hacen del lenguaje en la interacción comunicativa.

La vigencia de tal objeto de estudio es relativa, como indicamos, a la existencia de una nueva situación en las infraestructuras y en las estructuras organizativas en el mundo de las comunicaciones, que facilitan el conocimiento y, con ello, la construcción de identidades sociales de toda índole, entre ellas las de colectivos juveniles. Precisamente los que con más naturalidad están haciendo uso de las nuevas redes informativas y de telecomunicaciones.

Hay, además, otras circunstancias que contribuyen también a generar transformaciones culturales e innovaciones expresivas de los jóvenes de todo el mundo: por ejemplo, los movimientos migratorios, la existencia de poblaciones multiétnicas en grandes, medianos y pequeños núcleos urbanos, las nuevas hibridaciones entre los elementos culturales más extendidos por el globo y los de carácter más local, o más estrechamente asociados a una religión o etnia particular. Sin olvidar, como es lógico, los cambios en las condiciones de vida que permiten (o no) el acceso a determinados bienes, la generación de expectativas o la frustración de ciertos deseos; todo lo cual interviene inevitablemente en la construcción y modificación de las identidades que para sí construye los jóvenes con ciertos parámetros lingüísticos y otros cánones no lingüísticos en sentido estricto, pero en todo caso ritualizados.

El número monográfico que presentamos es continuador de muchos otros de esta misma colección, pero lo es de un modo más directo de las publicaciones que se han centrado en abordar las culturas y los lenguajes juveniles. Entre ellas, representan sendos hitos los libros de cuya edición se responsabilizó Félix Rodríguez González: primero Comunicación y lenguaje juvenil, publicado en 1989 por Editorial Fundamentos; después, la versión ampliada y separada en dos volúmenes publicados en 2002: Comunicación y cultura juvenil y El lenguaje de los jóvenes.Algunos de los autores de sendos libros (Muñoz Carrión, Puig, Reyes Sánchez y Vigara Tauste) colaboran también en este número.

Junto a esos monográficos, cabe citar algunos otros trabajos donde se aborda la relación entre jóvenes y medios de comunicación (en general) o entre jóvenes y alguna modalidad comunicativa en particular (como, p. e., Jóvenes y publicidad, Jóvenes y sociedad red o Juventud y teléfono móvil); o, del lado de los elementos culturales no estrictamente lingüísticos, aquellas otras publicaciones donde se describen los grupos de pertenencia (p.e., las tribus urbanas, las culturas juveniles) o algunos de los componentes de esas culturas (p.e., los estilos de vida, los valores, las creencias, las actitudes, los hábitos).

En todas estas publicaciones, las formas en las que se expresan los jóvenes ocupan algún lugar, pero, en muchos casos, no el lugar central de la monografía. Por esta razón, consideramos que, a pesar de que no se había descuidado el estudio de las dimensiones comunicativas y culturales de la vida de los jóvenes, había lugar para un nuevo acercamiento a sus actuales

modos de vida, contemplando la relación entre las prácticas discursivas y otras prácticas socioculturales características, aunque no exclusivas, de quienes son jóvenes en estos primeros años del Siglo XXI.

Se pretende en este número monográfico reunir reflexiones en torno a la relación entre los cambios en el lenguaje y los que tienen lugar en otros elementos culturales de la juventud española actual.

Nos referimos a prácticas discursivas o comunicativas en sentido amplio, pues, además de los códigos de la escritura (ya de por sí suficientemente cambiantes como para requerir estudios específicos), aquí se presta atención a otros fenómenos que permiten detectar pautas culturales de los jóvenes: en parte, desde el análisis de acciones expresivas protagonizadas al margen de la industria cultural (el tatuaje como parte del lenguaje corporal; los SMS y la blogosfera como ámbitos y géneros novedosos; las prácticas musicales y pictóricas y sus asociaciones con determinados hábitos y actitudes); y, en parte, desde el conocimiento de las propuestas por la industria que se dirige a unos destinatarios jóvenes y delinea su imagen de la juventud (p.e., en los textos y fotos de las revistas para adolescentes, en los anuncios publicitarios, en los catálogos de moda, o en los concursos televisivos).

Cada sociedad regula el uso de determinados recursos materiales con los que es posible producir, transmitir y recibir las informaciones públicas. En la España de este incipiente siglo XXI, las condiciones materiales y la legislación vigente permiten la coexistencia en el espacio público de soportes expresivos de distinta naturaleza, algunos tan antiguos como el propio cuerpo o el papel, otros tan nuevos como las redes telemáticas. Los trabajos recopilados, por un lado, se aproximan a prácticas comunicativas que son diferentes en función del soporte utilizado; por otro, dado que las modificaciones culturales y comunicativas pueden ser objeto de miradas específicas, el conjunto de los artículos, en correspondencia, es multidisciplinar, tanto en los temas como en los métodos o caminos recorridos para ofrecer alguna luz que permita alumbrar, desde el foco respectivo, las muy variadas expresividades en relación con otros aspectos del universo simbólico de los jóvenes actuales.

A la plaza donde se muestra la diversidad de manifestaciones culturales jóvenes cabe asomarse desde diferentes disciplinas científicas (antropología, psicología, sociología, lingüística, teoría de la comunicación) y variados saberes artísticos y profesionales. En esta ocasión, hemos agrupado: en un primer bloque, (a) los artículos que tienen un carácter más teórico y general y, en un segundo bloque, (b) los que orientan el foco hacia fenómenos más concretos:
(a) En el primer bloque se plantean cuestiones relevantes para entender los valores, los comportamientos y las circunstancias en las que se generan y transforman las mentalidades de los jóvenes actuales en el camino de su lenta y discontinua integración en la sociedad adulta.

Antonio P. Muñoz Carrión (Tácticas de comunicación juvenil: intervenciones estéticas) advierte la necesidad de incluir entre los objetos de estudio de la comunicación el plano de las intervenciones fácticas de los jóvenes, en tanto que suponen manifestaciones pautadas como un lenguaje, para hacer visibles sus aspiraciones y definir sus identidades. Toda interacción tiene dimensiones expresivas y estéticas, revalorizadas -a juicio del autor- en el caso de los grupos juveniles por la orientación temporal “presentista” que caracteriza su imaginario colectivo.

En la misma línea de prestar atención a los comportamientos juveniles y a los discursos que los legitiman o que pretenden modificarlos, Javier Sainz (Conductas de riesgo y discurso social: los enemigos de la libertad racional) analiza el problema del control que cada sujeto habría de tener sobre sus actos evitando toda posible coacción (tentaciones, provocaciones, adicciones) aunque ello suponga el esfuerzo de sobreponerse a la frustración de no obtener, como otros, una recompensa inmediata. Problema que afecta especialmente a los jóvenes, en tanto que la cohesión del grupo de amigos se fortalece en no pocas ocasiones compartiendo un “discurso pro-riesgo”, cuyo objetivo –según Javier Sainz- es proponer una transferencia de reconocimiento entre los miembros del grupo en detrimento del reconocimiento que se obtiene de los adultos.

El artículo que cierra el primer bloque (Culturas juveniles como aperturas de espacios, tiempos y expresividades) se incluye aquí como puente entre los dos anteriores (que relacionan valores y conductas con discursos sociales) y los que componen el segundo bloque, cada uno de los cuales enfoca una modalidad de comunicación distinta. Procuramos dar claves de la situación por la que transitan las instancias socializadoras (familiares, educativas, comunicativas, etc.) y las razones por las que los jóvenes abren espacios, tiempos y formas de expresión para sí mismos que, a veces, les distancian mucho del conjunto social; lo que cabe apreciar con el frecuente uso de códigos particulares: gestos, sonidos no traducibles a palabras o escritura disortográfica, que desempeñan un papel similar al de los argot o las jergas de ámbitos específicos.

(b) El segundo bloque se refiere a diferentes modalidades expresivas, que son otras tantas formas de construcción de identidad, ya sea por iniciativa de los propios sujetos, a título individual o grupal, ya sea por conglomerados industriales que convierten a los jóvenes en personajes protagonistas y destinatarios de sus productos. En este bloque cabe distinguir:

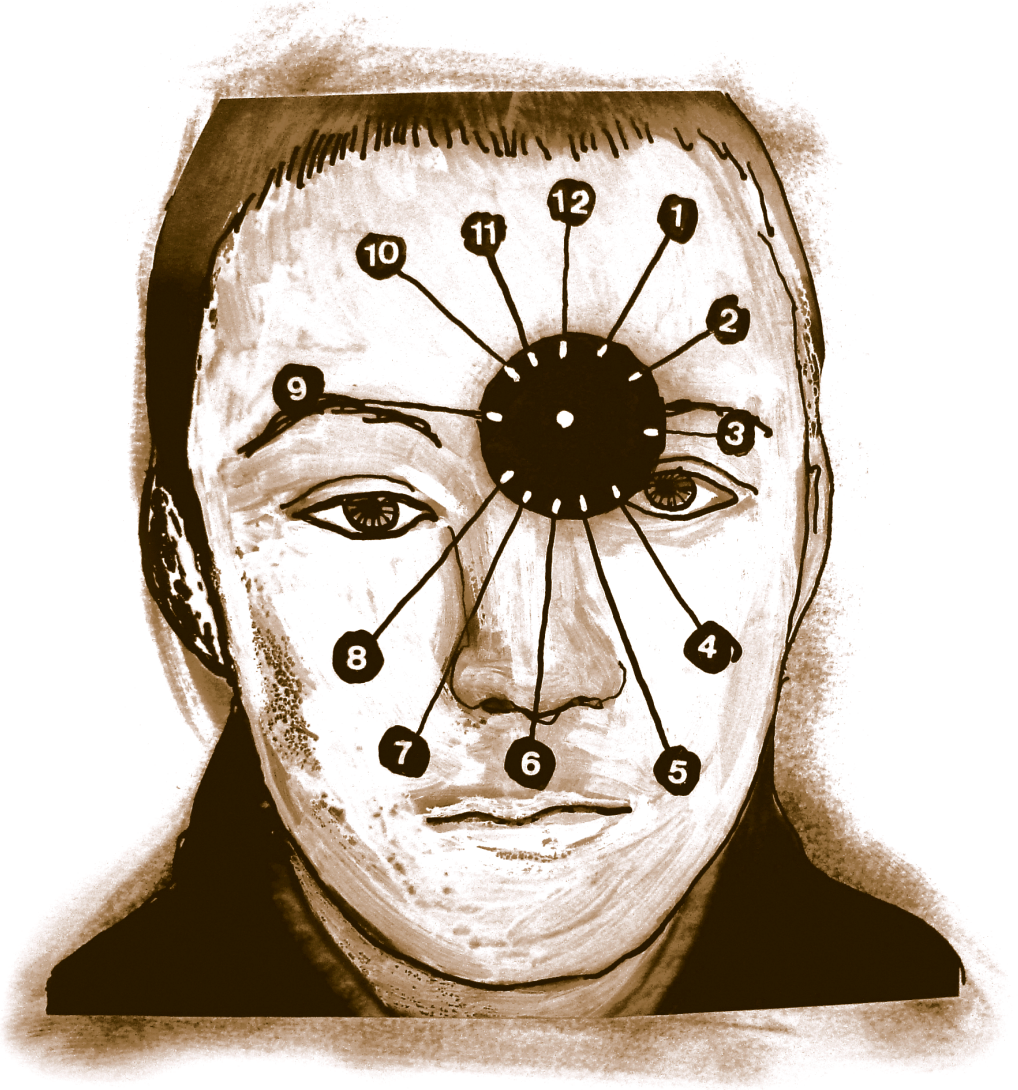
b.1) Las prácticas expresivas a partir de la escritura o más bien de la combinación de escritura, iconos y trazo pictórico, en línea con lo que Antonio P. Muñoz denomina en este mismo número "el regreso al gesto". Se refieren a ellas los dos artículos que abren este bloque: el primero ("Conecta con nosotros: los SMS universitarios", de Carmen Galán), se ocupa de una acción expresiva de tipo instrumental, incluyendo entre lo instrumental aquello que está orientado a conseguir el mantenimiento del contacto: la escritura coloquial de los SMS o los chats; el segundo aborda una acción expresiva más explícitamente identitaria, la manifestación del yo ante otros, en público o en privado, tomando el propio cuerpo como materia expresiva ("El lenguaje del cuerpo a través del tatuaje: de la adscripción identitaria a la homogeneizadora democratización de la belleza", de J. A. Alcoceba).

b.2) Las propuestas narrativas en cierto modo contrapuestas, al menos, en cuanto a su origen: de un lado, las que provienen de editoriales especializadas en ofrecer a las jóvenes adolescentes unas representaciones de cómo hay que ser, cómo hay que estar y qué hay que tener para lograr sus objetivos ("El lenguaje del éxito en las revistas para las adolescentes", artículo de Juan F. Plaza), o provienen de la industria publicitaria ("Lenguaje coloquial juvenil en la publicidad de radio y televisión", artículo de Ana M. Vigara e Isabel Hernández); y de otro lado, las que se exponen por Internet, desde cualquier iniciativa individual, sin organización empresarial y apenas sin infraestructura, de género periodístico o literario, sin las pretensiones uniformizadoras de la mencionada industria editorial (artículo "El motor joven de la blogosfera", de Isabel Repiso Peña, traductora y periodista).

b.3) Los movimientos artísticos, de los que participan los jóvenes expresándose en público: unos más dependientes de la industria (música pop), otros con más distanciamiento y manifestación de rebeldía (los integrantes del Hip Hop: graffiti, break dance y rap). Sendos fenómenos son descritos por dos profesores especialistas en análisis de las culturas musicales: Quim Puig, de la Universidad Autónoma de Barcelona, nos pone al día respecto de la música pop y su vinculación con otros hábitos y consumos ("Sexo, drogas y música pop: supuestas trasgresiones, comunicación de masas y consumo en la música pop española (1977- 2006)"), en tanto que Francisco Reyes, de la Universidad Complutense de Madrid, describe un movimiento artístico con varias caras ("hip hop, graffiti, break, rap, jóvenes y cultura urbana"), que hoy funciona como polo de atracción de jóvenes en cualquier lugar del mundo, desde el multicultural barrio de Lavapies (donde han abierto un rapeadero) hasta el museo londinense Tate Modern.

b.4) Las producciones de la industria del entretenimiento y de la moda, con sus propuestas actuales que rebelan la juventud que imaginan o, al menos, la juventud que interesa a sectores tan importantes como los engranajes televisivos, con sus concursos, ("Los concursos en la televisión: mama (sin tilde), ¡quiero ser famoso!", de Ana Sanz, editora y directora de la revista de cine, radio y televisión: KANE 3) y los engranajes publicitarios, con sus catálogos ("Lenguaje y comunicación en la juventud: catálogos de moda", de Anka Moldovan).

Francisco Bernete García


12
1
11
10
2
9
3
8
4
7
6
5