



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

**“LA SUBCULTURA *HIPSTER* COMO
IDENTIDAD COLECTIVA:
LOS CONSUMIDORES CONSCIENTES”**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
P R E S E N T A:
ANA CAROLINA RAQUEL SÁNCHEZ
TAFOLLA



ASESOR: DRA. FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA, MARZO 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis papás, Cata y José. Por su amor y apoyo incondicional. Por todas sus lecciones de vida. Por ser mi guía y siempre un ejemplo a seguir.

A mis hermanos, por su peculiar manera de quererme y apoyarme. Yo también los quiero.

A la Universidad Nacional de México y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por brindarme un espacio de enriquecimiento intelectual y espiritual.

A mis profesores, por todas sus enseñanzas. En especial a la Dra. Francisca Robles, por sus consejos, orientación y paciencia.

A Ivan, por ser mi motor y mi inspiración. Por enseñarme algo nuevo cada día. Por estar siempre conmigo y ser mi persona especial. TAMRR!!

A mis amigos, por todos y cada uno de los momentos compartidos, por ser mis orejotas y parte muy divertida de mi vida y mis recuerdos.

“Me pregunto si las estrellas se iluminan con el fin de que algún día uno pueda encontrar la suya”

Le Petit Prince



Conozco un planeta donde hay un Señor carmesí. Jamás ha aspirado una flor. Jamás ha mirado una estrella. Jamás ha querido a nadie. No ha hecho más que sumas y restas. Y todo el día repite como tú: "¡Soy un hombre serio! ¡Soy un hombre serio!" Se infla de orgullo. Pero no es un hombre; ¡Es un hongo!

Le Petit Prince

Antoine de Saint-Exupéry

“LA SUBCULTURA *HIPSTER* COMO IDENTIDAD COLECTIVA: LOS CONSUMIDORES CONSCIENTES”

Introducción	1
1. Identidad cultural como estructura de mundo de vida	6
1.1 La identidad	7
1.2 La identidad cultural	10
1.2.1 Modelos de estudio de la identidad cultural	11
1.2.2 Críticas a los modelos	12
1.2.3 Identidad cultural como oposición a otras	12
1.3 Construcción de una identidad cultural	13
1.4 El estilo: el sello de la identidad	14
1.5 El lenguaje como medio de identificación	16
2. El <i>habitus</i>, indicador de la identidad cultural	20
2.1 Consumo, <i>habitus</i> y vida cotidiana	21
2.2 La subcultura	26
2.3 ¿Porqué surgen las subculturas?	28
2.4 Antecedentes históricos	30
2.5 Diferencia entre una contracultura y una subcultura	32
2.6 Principales subculturas	33
2.6.1 <i>Hipsters</i>	34
2.6.2 <i>Teddy boys</i>	43
2.6.3 <i>Rockers</i>	44

2.6.4	<i>Mods</i>	45
2.6.5	<i>Hippies</i>	46
2.6.6	<i>Skin heads</i>	47
2.6.7	<i>Punks</i>	48
3.	La entrevista biográfica como técnica para Identificar la identidad colectiva	51
3.1	Definición	52
3.2	Procedimiento	54
3.2.1	El análisis de los datos	57
3.2.2	Técnica	58
3.3	Utilidad	58
4.	Los sellos de la subcultura <i>hipster</i>	63
4.1	La muestra	63
4.2	La metodología	64
4.3	Los sellos	65
4.3.1	Música	66
4.3.2	Cine	75
4.3.3	Diseño	90
4.3.4	Moda	109
	Conclusiones	118
	Bibliografía	120

“LA SUBCULTURA *HIPSTER* COMO IDENTIDAD COLECTIVA: LOS CONSUMIDORES CONSCIENTES”

INTRODUCCIÓN

Este trabajo tiene como objetivo explicar la ideología *hipster* a través de su principal característica: el consumo consciente. Parto de la premisa de que la subcultura *hipster* construye un espacio de pertenencia y significación a través de determinados bienes y símbolos culturales alternativos e independientes; logrando de esta manera una identidad colectiva reconocida como *hipster*.

Utilizo como eje las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los elementos identificables de la subcultura *hipster*?, ¿Cómo se combina, se codifican y se relacionan entre sí?, ¿Cuáles son sus rasgos distintivos?, ¿Qué representa esta subcultura?, ¿De qué modo significan una identidad y articulan un sentir de posición cultural?

Para comenzar en el primer apartado, se explica ¿cómo se construyen las identidades culturales a través de las prácticas culturales que se llevan a cabo dentro de la estructura del mundo de vida.

El segundo capítulo aborda la manera en como el habitus, el consumo y la vida cotidiana son indicadores de la identidad cultural, además se explica cómo y porqué surgen las subculturas y cuáles son las más importantes. También se hace una amplia descripción de las principales características de la subcultura *hipster*.

En el tercer capítulo se explica la utilidad de la entrevista profunda para entender y estudiar las identidades colectivas como la subcultura *hipster*. Esta técnica permite obtener información sobre el sujeto de análisis, lo cual conduce a emitir supuestos, con el fin trazado al inicio de la investigación, en el caso de las entrevista profunda realizadas con jóvenes *hipsters*, se pretende detectar sus razones, motivaciones, ideologías y modos de vida.

La entrevista profunda resume los acontecimientos significativos en la vida del sujeto, y para el joven *hipster* es significativa la formación académica, el entorno en el que se ha desarrollado y los medios de comunicación a los cuales ha tenido acceso y que por consiguiente han definido su personalidad, gustos y estilo de vida.

Por último, en el capítulo 4 se dan a conocer cuáles son las prácticas culturales que llevan a cabo los *hipsters*, tales como la música, moda, diseño y cine con la finalidad de comprender en qué consiste lo "alternativo" .

Considero que la importancia de esta tesis es que responde a la falta generalizada de información acerca de estas manifestaciones juveniles razón que no ha permitido que se les de la importancia y el lugar que merecen. Para ello, es necesario generar información al respecto, que más que estigmatizar, caricaturizar o ridiculizar a los diferentes grupos sociales, de cuenta de qué es lo que se esconde detrás de sus manifestaciones culturales, cuál es su mensaje.

Uno de los fenómenos culturales más interesantes de la sociedad, es que aún siendo parte de una comunidad ya estructurada y con una identidad establecida, existe la tendencia persistente de generar subgrupos con identidades alternativas que distingan y diferencien a sus integrantes del resto ya sea por sus los hábitos de consumo, ideologías, gustos musicales, modas, etc.

Las tribus urbanas son llamadas así desde el momento en que cada una crea y desarrolla sus propios códigos de identidad, usos, costumbres y hasta lenguajes particulares, que ayudan a reafirmar su noción de grupo.

Uno de los fenómenos culturales más interesantes de la sociedad, es que aún siendo parte de una comunidad ya estructurada y con una identidad establecida, existe la tendencia persistente de generar subgrupos con identidades alternativas que distingan y diferencien a sus integrantes del resto ya sea por sus hábitos de consumo, ideologías, gustos musicales, modas o estilos de vida.

Dentro del siempre cambiante universo de grupos y subgrupos sociales, en el

espacio urbano se han desarrollado variantes complejas e interesantes como los *teddy boys*, *rockers*, *mods*, *hippies*, *skin heads*, *punks* y *emos*. Pero no todos los sectores de este tipo necesariamente son tan notorios pero no por ello tienen menos presencia social. Uno de esos casos, es el de los *HIPSTERS*.

Los primeros *hipsters* nacieron en los años 40. Según consigna el diccionario en línea *Webster's*, ya en esos tiempos se usaba esta palabra en Estados Unidos para referirse a "adultos jóvenes urbanos, de clase media y alta, con puntos de vista liberales y que tenían mucho interés por la moda y la estética cultural".¹ Pero por entonces no se trataba de un fenómeno extendido, por lo que el término se retomó en los 90's pero no se hizo popular hasta los primeros años del 2000. Fue entonces cuando surgió un grupo de jóvenes en el sector de Williamsburg, en Brooklyn, que amaba la ropa usada y el look retro. A alguien se le ocurrió llamarlos *hipsters* y la tecnología actual se encargó de difundir el término por todo el planeta.

Actualmente el término describe a adultos jóvenes, bien educados y urbanos de clase media y alta con puntos de vista izquierdistas o liberales, con intereses no predominantes en moda y estética cultural. Eran seguidores del movimiento de rock *indie* y alternativo y como una consecuencia a lo que fueron los movimientos *slacker* * y *grunge***.

Los *hipsters* se destacan por intentar marcar un sello individual en su personalidad y tratar de estar fuera de la moda, lo que justamente los identifica como grupo. Son una corriente silenciosa, una tendencia que no quiere ser tendencia, pero ya se instaló en el estilo de vida de muchos.

En vida cultural, la escena del *hipster* se asocia con el movimiento *indie*: música alternativa, cine independiente, el sentido irónico de la moda y otros productos no representativos de la mayoría social; no lucrativas elecciones de consumo en alguno o todos los aspectos de la vida. Esto incluye también indumentaria sacada

*Término que se popularizó en 1994, significa "persona que elude el trabajo.

** Apareció en los 90 como género musical y con el tiempo se convirtió en una subcultura juvenil acompañada por corrientes artísticas, literarias, ideológicas y políticas, y formas de intercambio y relaciones sociales derivadas de ellas se caracteriza por dejar de lado el cuerpo físico, para dedicarse a expresar un mensaje para la humanidad a través de la música).

¹ <http://www.websters-online-dictionary.org>

de ventas de saldos y ropa usada, comida orgánica, vegetarianismo, beber cerveza local y escuchar radio pública. Le dan un nuevo enfoque a los usos y costumbres de la sociedad moderna en la que viven.

El término *indie* proviene del inglés *independent*, y hace alusión a la "independencia" de ciertos sellos discográficos que promovieron, a fines de los 80 y comienzos de la década de los 90, música que en ese momento fue catalogada como una "alternativa" a lo que ofrecía la corriente comercial masiva. Además, se refiere a cualquiera de los géneros, panoramas, subculturas y atributos estilísticos y culturales, con un acercamiento autónomo y ciñéndose al lema "Hazlo tú mismo" y la capacidad de trabajar fuera de las lógicas de las compañías y corporaciones de la industria cultural.

También se suele referir como *indie* a aquellos grupos que están empezando a tocar y que no tienen contrato con un sello discográfico, es decir que solo tocan en fiestas y pubs y se crea con el fin de darles un espacio, difusión y apoyo.

La tecnología de Internet permite a muchos artistas introducir su música a una enorme audiencia potencial a un bajo costo sin estar necesariamente relacionados con una discográfica. El diseño de software que soporta música digital alentó la creación de nueva música. Las páginas con amplias librerías de canciones son las más exitosas. Alrededor de estas se crearon muchas oportunidades para las bandas independientes. Los derechos por servicios digitales validarían una importante fuente de ingresos.

Si un artista todavía tiene que pagar para grabar, fabricar y promover su álbum; este formato digital permite no agregar costos a un artista independiente para distribuir su música *on-line*. Los servicios digitales ofrecen la oportunidad de exposición a nuevos adeptos y la posibilidad de incrementar ventas a través de los revendedores minoristas *on-line*. Los artistas pueden también poner a disposición nueva música más frecuentemente y rápidamente si esta está disponible *on-line*. Adicionalmente, los artistas tendrían la opción de lanzar ediciones limitadas, reediciones, o material en vivo que sería muy caro producir por los medios tradicionales.

Por otro lado, ni una cultura real ni una cultura ideal son igualmente compartidas y aceptadas por todos los grupos en una sociedad. Juntas, la cultura real y la cultura ideal forman el común denominador, pero hay muchas variaciones, particularmente en sociedades grandes y complejas. Estas variaciones culturales son conocidas como subculturas. Una subcultura es un grupo de comprensiones, comportamientos, objetos prácticos y simbólicos y vocabulario que distinguen a un grupo particular de otros miembros de su sociedad.

Para que una subcultura exista, los individuos deben identificarse con el grupo y deben interactuar y compartir información con otros que se identifiquen con el grupo directa o indirectamente.²

En el caso específico de los *hipsters*, esta diferenciación está marcada, según explica el especialista en temas de cultura urbana Robert Lanham, en su libro *The Hipster Handbook* (2003), por poseer gustos, actitudes y opiniones "que son consideradas *cool* por la gente *cool*".^{*} Claro que, como ellos andan siempre en la búsqueda de lo nuevo, consideran de pésimo gusto utilizar la palabra *cool*. En su lugar dicen *deck*^{**}; ser *deck* es estar en la cima, arriba del resto.³



* Lo *cool* funciona sobre el eje de pertenecer/distiguirse, este mecanismo de status siempre ha existido, aunque se manifiesta de distintas maneras. La novedad que plantea lo *cool* sobre este eje es que el status no está dado por la posesión material (dinero) ni simbólica (apellido). El status con el que articula lo *cool* está dado por esa 'experiencia de lo nuevo'. Por definición, lo *cool* es vivir 'lo último'.

** Vocablo que se usa en inglés para aludir a las cubiertas de los barcos, ser *deck* es estar en la cima, arriba del resto.

²GELLES, Richard. *Sociología con aplicaciones en países de habla hispana*. P. 103.

³ LANHAM, Robert. *The Hipster handbook*. P. 2.

CAPÍTULO 1. Identidad cultural como estructura de mundo de vida

Toda organización comporta, por definición, una identidad cultural. Ésta implica la existencia de un conjunto articulado de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funciona como elemento cohesionador y actúa para los individuos como soporte de su sentimiento de pertenencia.

La identidad cultural permite a la organización existir como un todo orgánico, preservar su legitimidad, establecer unas reglas de juego y un referente para que los individuos se acomoden a un orden y principios coherentes de funcionamiento. Es una realidad compartida. Los individuos que entran en la organización son formados en su cultura. Además, la cultura ejerce una presión para que los individuos miembros acepten los valores establecidos y las reglas de juego, y tiende a disuadir las disidencias.

Es el resultado de un proceso natural y espontáneo que se constituye a partir de la experiencia de interacción de los miembros entre sí y la de éstos con el entorno para la resolución de problemas y para la consecución de sus objetivos. Esta cultura que se va constituyendo a partir de la experiencia compartida por los miembros puede ser coherente o no con la cultura formulada como proyecto estratégico por la alta dirección.

Las organizaciones son organismos vivos, en evolución constante. Existe una tensión entre la identidad cultural y el cambio cultural en las organizaciones. Una organización con una identidad cultural demasiado débil tiende a disgregarse, a caer en la atonía, a diluirse en los conflictos de poder y los conflictos ideológicos que generan desorden, desaliento, desunión, falta de sinergias y pérdida de credibilidad y de autoestima. Sin embargo, una organización que permanece cerrada en una identidad cultural inmóvil genera fuertes resistencias al cambio, y éstas ahogan la diversidad e impiden la necesaria evolución, la innovación y la adaptación a los nuevos escenarios.

1.1 La identidad

Por lo general al hablar de identidad hablamos de dos situaciones diferentes: en la primera tenemos dos o más sujetos que parecen diferentes pero que en realidad son iguales; mientras que en la segunda dos sujetos que son distintos quedan igualados por medio de alguna operación mental. El *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia distingue entre estas dos posibilidades, aunque restringe el uso del término *identidad* a la primera. En efecto, la identidad es definida como “razón, en virtud de la cual son una misma cosa en la realidad, las que parecen distintas” . Por otra parte, *la identidad de razón* consiste en la “aprehensión del entendimiento con que tiene por una misma cosa las que son realmente distintas. Es decir, que la identidad puede nacer de una cualidad intrínseca de las cosas o bien puede ser construida desde la razón, *identificando* dos cosas que en su naturaleza son distintas.⁴

Estas dos maneras de entender la identidad sobreviven hasta hoy en las ciencias sociales y se presentan de manera encontrada: *los esencialistas*, que consideran que la identidad mana de una naturaleza idéntica compartida y los *construccionistas*, que consideran que la identidad es construida artificialmente en la interacción social.⁵ Podemos encontrar tendencias esencialistas y construccionistas en los estudios de identidad de género, de la identidad étnica, de la identidad de raza, de la identidad de clase, de la identidad nacional y de la identidad cultural; que son los temas principales de los estudios de identidad de las ciencias sociales.

Podemos significar el término identidad, como una síntesis de realidades y fenómenos histórico- sociales, relacionándolos íntimamente con la ubicación de un modo de ser y vivir cultural, en el quehacer del pensamiento y los hechos de un individuo en su núcleo social.

La interacción y confrontación permanente con sus congéneres y los fenómenos de

⁴O’SULLIVAN, Tim, Hatley, John et al. *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. P. 87.

⁵ *Ibíd.* 89.

la historia que le ha tocado vivir. Podemos asociarlo como fenómeno etnológico de raza y modo peculiar de cultura; no como un ejercicio permanente de hábitos y valores que identifican al individuo con sus comportamientos en la riqueza de sus manifestaciones naturales y cotidianas de su entorno.

El individuo construye su cotidianidad y los acontecimientos de su medio con su propia ideología y voluntad en su continuidad histórica y transformación continua. Los escenarios de su vida presente están vinculados a su pasado y trastocan sus íntimos deseos para construir su futuro.⁶

Identidad es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia. Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, los casos de refugiados, desplazados, emigrantes. Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de "patrimonio cultural inmaterial" .

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural.

El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la

⁶ DE LA TORRE, Carolina. *Identidad e Identidades*. Revista Temas #28. Cuba. Enero- marzo 2002. En el URL <http://temas.cubaresearch.info>. P.32

continua retroalimentación entre ambos. La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

Por otra parte, las sociedades industriales contemporáneas integradas a las necesidades de la economía internacional requieren de la formación de hábitos uniformes de consumo, de la creación de patrones de vida y de comportamientos generalizados.⁷

En esta clase de formulación, la identidad ya no es una propiedad que comparten dos o más sujetos, sino que cada uno tiene la suya, que le es propia, y es a partir de la identidad de cada uno que se forman las identidades colectivas. Este planteamiento tiene relación con el valor de las mercancías en el capitalismo. Para Marx, cada mercancía tenía un valor de uso, que le era específico y único, y un valor de cambio, que representaba el valor socialmente reconocido, determinado por el trabajo que tenía incorporado.⁸

De manera análoga, la identidad individualista se concibe como un conjunto de propiedades único, que reside en el individuo y que se va fijando en una trayectoria de vida, pero estas propiedades tienen a la vez un aspecto compartido, que se manifiesta en la vida asociativa de la gente, en la organización de la sociedad, en grupos en los que se encuentra y se reúne de manera voluntaria, y en la formación de diversas conciencias identitarias de grupo. La identidad colectiva se forma, entonces, a partir de un común denominador de una igualdad de esencia.⁹

En resumidas cuentas, se trata de una identidad que se forma libremente entre similares. Por ello aparece en el vocabulario moderno la palabra *identificarse* que es sinónimo de solidarizarse o entenderse, es decir, es una construcción socio-histórica. Desde esta perspectiva la identidad no es algo fijo e inmutable, por lo tanto, no remite necesariamente a ninguna homogeneidad, sino que está

⁷ *Ibíd.* P. 33.

⁸ *Op. Cit.* O'SULLIVAN, Tim, Hatley, John et al. P. 89.

⁹ *Ibíd.* P. 91.

haciéndose continuamente, en permanente construcción y reconstrucción de acuerdo a los distintos contextos, situaciones históricas y proyectos de los sujetos colectivos. Los grupos humanos tienden a desarrollar elementos comunes y a formar identidades sociales. Sus miembros incluyen en su autoconcepto representaciones relativas, derivadas de su pertenencia al grupo, y los integrantes se reconocen a sí mismos como miembros de una determinada entidad.

“La modernidad de Occidente” se nos presenta como un proceso autoreflexivo: el momento de emergencia de un sujeto que paulatinamente va afirmando su identidad a partir del autoreconocimiento de sus potencialidades históricas. Sin embargo, toda forma de identidad se construye, a partir de la confrontación de la mirada propia y de otros, este proceso no es de ninguna manera lineal ni unidireccional, por el contrario, la confrontación y afirmación como movimientos fundamentales de toda construcción de identidad, pueden estar atravesadas por múltiples procesos, por múltiples contradicciones, que van en distintos sentidos y que incluso, en determinados momentos, pueden converger.¹⁰

1.2 La identidad cultural

La Identidad Cultural es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior. Es el sentimiento de identidad de un grupo o cultura, o de un individuo, en la medida en la que él o ella es afectado por su pertenencia a tal grupo o cultura.

¹⁰ CRUZ Villegas, Rogelio. *Identidad y cultura*. P. 19.

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por oposición y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trascienda las fronteras (como en el caso de los migrantes), el origen de este concepto se encuentra frecuentemente vinculado a un territorio.¹¹

La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, la lengua, como instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos; esto es, los sistemas de valores y creencia. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad. La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

1.2.1 Modelos de estudio de la identidad cultural

Existen dos corrientes en antropología que abordan el fenómeno de la identidad cultural:

La perspectiva esencialista estudia los conflictos de identidad como algo inmanente y hereditario culturalmente. Esta aproximación considera que los diversos rasgos culturales son transmitidos a través de generaciones, configurando una identidad cultural a través del tiempo.

La perspectiva constructivista, en cambio, señala que la identidad no es algo que se hereda, sino algo que se construye. Por lo tanto, la identidad no es algo estático, sólido o inmutable, sino que es dinámico, maleable y manipulable.¹²

¹¹ Op. Cit. O'SULLIVAN, Tim, Hatley, John et al. P. 7.

¹² RODRÍGUEZ Simón y Sarmiento Domingo F. *Ensayo e identidad cultural en el Siglo XX latinoamericano*. P. 38.

1.2.2 Críticas a los modelos

Las críticas que se pueden hacer al modelo esencialista son que la cultura no es algo que se hereda totalmente, y por lo tanto, la identidad cultural tampoco puede ser heredada férrea e inflexiblemente. Si así lo fuera, todo el mundo lucharía contra todo el mundo, porque en algún momento del pasado siempre ha habido un conflicto entre dos o más grupos.

Respecto a la perspectiva constructivista, las críticas que se le pueden hacer son que la identidad cultural tampoco depende únicamente de factores coetáneos, sino que existe una transmisión modificable a lo largo del tiempo. No es simplemente una construcción que se realiza desde cero, sino que existe un sustrato básico sobre el que se trabaja y se moldea una identidad cultural determinada.

1.2.3 Identidad cultural como oposición a otras

Algunos autores han comenzado a estudiar las identidades culturales no solamente como un fenómeno en sí mismas, sino como un fenómeno en oposición a otras identidades culturales. En esta corriente se considera que la identidad cultural se define por oposición a otras. En grupo se define a sí mismo como tal, al notar y acentuar las diferencias con otros grupos y culturas. Según esta corriente, cualquier cultura se define a sí misma en relación, o más precisamente en oposición a otras culturas. Así, la gente que cree pertenecer a la misma cultura, tienen esta idea porque se basan parcialmente en un conjunto de normas comunes, pero la apreciación de tales códigos comunes es posible solamente mediante la confrontación con su ausencia, es decir, con otras culturas, académicamente esto es conocido como la "otredad".¹³

La dinámica de la auto-definición cultural implica un continuo contacto entre culturas. Más aún, esas relaciones nunca son de igualdad, dado que nunca se manifiestan de manera aislada: la complicada red de relaciones creada por la

¹³ Idem.

superposición de relaciones políticas, económicas, científicas y culturales, convierte cualquier relación entre dos culturas en una relación desigual.

El hecho mismo de que dentro de una cultura o práctica cultural exista la conciencia de una identidad común, implica que también hay un impulso hacia la preservación de esta identidad, hacia la auto-preservación de la cultura. Si la identidad es construida en oposición a los extraños, las intrusiones de otras culturas implican la pérdida de autonomía y por lo tanto la pérdida de identidad. Las convenciones compartidas en las que se basa una identidad son frecuentemente implícitas. Para que el funcionamiento interno de una cultura sea posible, ciertas reglas básicas y significados que subrayan su producción son generalmente dadas por hecho por los participantes.¹⁴

1.3 Construcción de una identidad cultural

Características e ideas comunes pueden ser claras señales de una identidad cultural compartida, pero esencialmente se determina por diferencia: sentido de pertenencia a un grupo, y un grupo se define a sí mismo como tal, al notar y acentuar las diferencias con otros grupos y culturas. Cualquier cultura se define a sí misma en relación, o en oposición a otras culturas. La gente que cree pertenecer a la misma cultura, tienen esta idea porque se basan parcialmente en un conjunto de normas comunes, pero la apreciación de tales códigos comunes es posible solamente mediante la confrontación con su ausencia, es decir, con otras culturas.

De esta manera la dinámica de la auto-definición cultural implica un continuo contacto entre culturas. Más aún, esas relaciones nunca son de igualdad, dado que nunca se manifiestan de manera aislada: la complicada red de relaciones creada por la superposición de relaciones políticas, económicas, científicas y culturales, convierte cualquier relación entre dos culturas en una relación desigual. Siempre hay una cultura dominante, o una práctica cultural dominante.¹⁵

¹⁴ *Ibíd.* P. 41.

¹⁵ *Ibíd.* P. 42.

El carácter desigual de las relaciones interculturales, es decir, el hecho de que la construcción de la identidad está ligada a relaciones de poder desiguales, implica que la construcción de la identidad pueda considerarse ideológica: al establecer su identidad, una práctica cultural construye, reproduce o subvierte los intereses sociales y las relaciones de poder.

El hecho mismo de que dentro de una cultura o práctica cultural exista la conciencia de una identidad común, implica que también hay un impulso hacia la preservación de esta identidad, hacia la auto-preservación de la cultura. Si la identidad es construida en oposición a los extraños, las intrusiones de otras culturas implican la pérdida de autonomía y por lo tanto la pérdida de identidad. Las convenciones compartidas en las que se basa una identidad son frecuentemente implícitas.¹⁶

Para que el funcionamiento interno de una cultura sea posible, ciertas reglas básicas y significados que subrayan su producción son generalmente dados por hecho por los participantes. Este todo estructurado (pero plural y dinámico) de presuposiciones es lo que llamamos "doxa". De forma similar a la manera en la que la presuposición de una declaración lingüística sin desafiar la legitimidad auto-evidente de la cultura y sus productores.

1.4 El estilo: el sello de la identidad

Es el medio por el cual se negocia y se expresa la identidad cultural y la posición social. Existe una tendencia a concebir los estilos como clasificaciones de muchos tipos de cosas, productos, textos o artefactos, como vestidos, pinturas, edificios o automóviles. Además comúnmente se admite que los estilos se relacionan con la manera de hacer ciertas cosas; en ambos sentidos, el estilo se suele definir como al esquivo o indefinible, que a menudo de manera implícita significa o expresa una diferencia reconocible o una similitud. Reconocer esto contribuye a que las cosas o la manera de hacerlas adquiera sentido, en ambos casos vinculamos ejemplos

¹⁶ Idem.

particulares con un conjunto más general de paradigmas y discursos, que permiten organizar los sentidos y los valores que atribuimos a un objeto específico.¹⁷

Así, los estilos se reconocen en la medida en que combinan ciertos elementos recurrentes y configurados en un conjunto distintivamente estructurado o en una forma que significa y propone una posición identificable dentro de relaciones sociales y culturales más amplias. Bajo este aspecto, aun la manera en que reconocemos e interpretamos los estilos forma parte del proceso de negociación de nuestra identidad cultural. Nuestra comprensión y evaluación de su sentido muy a menudo refleja la posición que ocupamos en las relaciones sociales y culturales.

Entonces, los estilos son una parte integrante de aquellos conjuntos de reglas, códigos y convenciones que organizan formas de interacción social, de comunicación y de identidad, y que las cuestionan y expresan. Por ejemplo, los trabajos sobre las subculturas juveniles se interesan en examinar los complejos enlaces entre los estilos y la vestimenta, a menudo muy visibles, adoptados por los jóvenes y sus posiciones subculturales. En este sentido, se puede considerar que los estilos son la propiedad simbólica de grupos sociales particulares, que articulan su orientación y situación en las relaciones sociales, culturales y estilísticas generales de la sociedad.

Julia Emberley estudia la relación entre subculturas y moda, centrándose específicamente en el rol social que cumplen los aparatos de la moda. Emberley subraya la contradicción sobre la que se funda el sistema de la moda ya que, por un lado, la imagen de marca de la moda en la sociedad postindustrial se sostiene en una idea de expresión de la individualidad pero, al mismo tiempo, limita al consumidor dentro de los productos de cada temporada, mediante la "libertad de las elecciones que prevé y determina."¹⁸

¹⁷ Op. Cit. O'SULLIVAN, Tim, Hatley, John et al. P. 12.

¹⁸ COSTA, Pere-Oriol et al. *Tribus urbanas: el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. P. 73.

Pero hay una contradicción aun mucho mayor, inscrita en los mismos presupuestos de los que se debe usar, los aparatos de moda generan tanto la moda como la antimoda, un ejemplo de ello: los *punks*.

En consecuencia, la moda adquiere el carácter conservador del estilo, mientras que los diferentes estilos se disponen y se exhiben en una especie de “supermercado del estilo” que permite tanto oscilar rápidamente de un estilo a otro como componer uno propio mezclando elementos de estilos diferentes.

1.5 El lenguaje como medio de identificación

Durante el primer año de nuestra vida, empezamos a conformar nuestra realidad como integrantes de una familia inserta en una comunidad de cultura y lenguaje, desde ese momento estamos aprendiendo a ser nosotros mismos. Esta tarea continúa durante toda la vida, percibimos mensajes de la sociedad que valora o desvalora cómo somos. Si hablamos de identidad pensamos en quiénes somos, cómo nos ven los demás y cómo nos vemos a nosotros mismos. La identidad nos define como individuos y como parte de un grupo determinado, incluye género, raza, grupo étnico, clase, cultura, lengua, edad, sexo, entre otras referencias; que se combinan para definir un ser único.

La distinción más importante entre el hombre y los animales, radica fundamentalmente en la capacidad de abstraer, de pensar, en ejercitar la memoria de manera proyectiva. En esta distinción, el lenguaje interviene de manera determinante en la puesta en funcionamiento de sus códigos y símbolos. En el desarrollo de la mediación del lenguaje circulan los productos de la cultura, de los cuales se apropian los usuarios, de acuerdo con sus necesidades, con sus conocimientos e intereses particulares y con la capacidad de asimilación.

Lenguaje y pensamiento están estrechamente ligados, es el verbo del ser humano por ser el acto más creativo del ser humano, le permite interpretar la realidad, recrearse en lo imaginario a través del signo y del símbolo, estableciendo códigos. Es considerado también un instrumento del pensamiento, también un producto

social, que influye sobre los demás productos culturales. Son muchos los lenguajes: auditivos, visuales, táctiles; todos ellos de utilidad creadora, permiten al hombre metaforizar la realidad.

No es posible mirar el lenguaje como una parte de la cultura. El hombre es hacedor de la cultura y ella también lo determina, además, el lenguaje abarca todo, porque todos sus productos son signos, símbolos e implican comunicación. Los seres humanos somos lo que somos en el lenguaje, somos en la medida que reflexionamos, actuamos; sin lenguaje no hay reflexión ni conciencia, ni hay discurso y por lo tanto se carece de identidad.

El lenguaje como creación cultural establece los principios constitutivos de la identidad del individuo y de los grupos sociales, mediante las formas particulares en que se desarrollan los dialectos y las lenguas. Nos une al pasado y proyecta al futuro. Además, es un vínculo de símbolos que aglutina a la comunidad que comparte el mismo código. No sólo es un método de comunicación, es también una institución social, que nos une al pasado, lo mantiene gravitando sobre nuestra actualidad y es un motor de identificación.

A partir de Ferdinand de Saussure se entiende por lenguaje el sistema de signos orales y escritos del que disponen los miembros de una comunidad para realizar los actos lingüísticos cuando hablan y escriben. La lengua no puede ser modificada por los hablantes, sólo emplearlo a través del habla. Este concepto fue ligeramente modificado por Noam Chomsky, que entiende la lengua como el sistema interiorizado que poseen los hablantes, capaz de generar sus realizaciones lingüísticas.

La perspectiva funcional del lenguaje, objeto de estudio de la lingüística, permite establecer su carácter dinamizador de los procesos culturales de la comunidad, en la cual interviene. Los sentidos culturales se dinamizan mediante la intervención del lenguaje de la comunicación y del lenguaje del conocimiento. Es decir, el lenguaje socializa conocimientos y prácticas, estructura la identidad cultural con sus rasgos individuales y colectivos; sus usuarios establecen su relación cultural, en la medida de sus roles y de posibilidades. Ambos términos: comunicación y conocimiento,

están implicados en el desarrollo y optimización de los recursos lingüísticos con que cuentan el individuo o una comunidad determinada¹⁹.

En esta interconexión del lenguaje comunicacional, que socializa saberes y prácticas, y del lenguaje del conocimiento que comporta saberes, se estructura la identidad cultural con sus rasgos individuales y colectivos. Los usuarios del lenguaje establecen su relación cultural, en la medida de sus roles y posibilidades.

Buena parte de los subsistemas de la cultura tiene que ver con los códigos lingüísticos que circulan entre los usuarios pertenecientes a una cultura determinada. En esta dinámica, la comunidad crea sus sentidos culturales y difunde sus valores espirituales. El lenguaje es el modo de configuración de la identidad y la cultura.

Asumiendo relacionamente los conceptos del lenguaje y de la cultura, existe la necesidad de reconocer los hilos que los trascienden de manera recíproca. Es decir, el lenguaje como subsistema del sistema cultural, portador de sentidos e instrumento, a la vez, de la comunicación de los valores espirituales de una comunidad dada. La cultura, a su vez, creadora de los lenguajes y vehiculizada por éstos. En este marco se configuran los elementos que le dan identidad a los usuarios de una comunidad²⁰.

El lenguaje como creación cultural establece los principios constitutivos de la identidad del individuo y de los grupos sociales, mediante las formas particulares en que se desarrollan los idiolectos, los dialectos y las lenguas, principalmente. Estas variantes lingüísticas dan forma contextual y conceptual al carácter funcional del lenguaje.

En el ámbito de lo contextual se relacionan los componentes socioculturales, en los cuales se dinamizan los lenguajes. Así como en el terreno de lo conceptual se establecen los sentidos que comportan su estructura y función interna. Como se observa, la aproximación desde lo funcional a la relación lenguaje – identidad y

¹⁹ BALLY, Charles. *El Lenguaje y la Vida*. P. 65

²⁰ *Íbid.* P.67

cultura señala una línea que se articula a la comprensión de la lengua en sus usos y en sus posibilidades dinamizadoras de los procesos socioculturales, en los cuales adquiere sentido de identidad el individuo y el grupo social, del cual es componente.²¹

La postmodernidad propicia la multiplicación de las identidades, el individuo se articula día a día en respuesta a una diversidad de identidades que lo interpelan: 1) identidades de género y sexo, 2) identidades étnicas y raciales, 3) identidades generacionales y de roles familiares, 4) identidades adscritas a estilos de vida y actividades de ocio y creatividad, 5) identidades relacionadas con preferencias profesionales, 6) identidades espirituales o religiosas, 7) identidades nacionales, 8) Identidades lingüísticas²².

El lenguaje del chat y los mensajes de texto. Ya son sólo un recuerdo las largas cartas que escribían nuestros abuelos para comunicarse con la familia y los amigos distantes, hoy todo exige velocidad. Hoy es muy difícil establecer fronteras lingüísticas, debido a que es complicado establecer los límites territoriales, que en algunos casos son más virtuales que geográficos, por lo tanto se vuelve una utopía intentar definir una línea entre lenguajes que se encuentran en continuo intercambio, enriquecimiento mutuo e interacción.

Los términos lenguaje, identidad y cultura asumen roles, que adquieren vigor práctico en la medida de su capacidad de intervención en los procesos sociales que dinamizan la vida de una comunidad. Estas intervenciones, generalmente, van implicadas de acuerdo a sus ritmos internos y a la correlación con otros elementos del sistema de la cultura en general. Las culturas en las sociedades son dinámicas gracias a la vida funcional de los lenguajes, no hay otra forma de trascender la cultura en sí y de proyectar al individuo en sus procesos de identidad. En síntesis, todo está influido por el lenguaje, lo simbólico rige nuestro ser, no hay nada en lo social que no esté bajo el imperio del lenguaje.

²¹ HALLIDAY, M. A. *El Lenguaje como semiótica social*. P 90.

²² *Íbid* P. 91

CAPÍTULO 2. El *habitus*, indicador de la identidad cultural

Mientras que en 1999, en vísperas de la llegada de un nuevo milenio, se hablaba de que las tribus urbanas representaban a una generación de jóvenes (Generación del Milenio) que buscaba cristalizar sus tensiones, encrucijadas y ansiedades a través de la agrupación con otros que sintieran la misma crisis de identidad; hoy en día los jóvenes entre 18 y 30 años usan a Hello Kitty, tenis Converse, animación japonesa o al reggaetón para marcar su estilo y presencia en la sociedad. El contraste entre lo que ocurría con ellos en 1999 es fuerte en cuanto a la realidad del 2010, pues la tecnología, globalización e internet han creado un perfil de joven que necesita tener todos los recursos para ser distinto, pero al mismo tiempo pertenecer a algo y compartir los mismos códigos.

Esta noción de experiencias similares sería el único punto en común entre las subculturas de fines de los noventa con las actuales, pues las primeras tenían como fin ser la manifestación de una disidencia cultural o una especie de resistencia a una sociedad marcada por la excesiva búsqueda del éxito y el consumismo. De ahí que estas agrupaciones urbanas se hayan perfilado como la instancia para intensificar vivencias personales y afectividades colectivas, el contacto humano y sobre todo la alternativa de construir identidad y potenciar una imagen social. Subculturas que se visten de modo parecido, siguen hábitos comunes y se hacen visibles sobre todo, en las grandes ciudades.

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 segunda guerra mundial, coincidiendo con grandes procesos de

cambio social en el terreno económico, educativo, laboral e ideológico. ²³

2.1 Consumo, *habitus* y vida cotidiana.

En el análisis de los modos de producción cultural se vuelve evidente que la estructura global del mercado simbólico configura las diferencias de gustos entre las clases. Bourdieu trata de reconstruir, en torno al concepto de *habitus*, el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas.

Si hay una homología entre el orden social y las prácticas de los sujetos no es por la influencia del poder publicitario o de los mensajes políticos sino porque esas acciones se insertan en sistemas de hábitos, constituidos en su mayoría desde la infancia. La acción ideológica más decisiva para constituir el poder simbólico no se efectúa en la lucha por las ideas, en lo que puede hacerse presente a la conciencia de los sujetos, sino en estas relaciones de sentido que se organizan en el *habitus* y solo podemos conocer a través de él. ²⁴

El *habitus* generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción; el *habitus* sistematiza el conjunto de las prácticas de cada persona y cada grupo, garantiza su coherencia con el desarrollo social más que cualquier condicionamiento ejercido por campañas publicitarias o políticas. El *habitus* "programa" el consumo de los individuos y las clases, aquello que van a sentir como necesario. ²⁵

La manifestación aparentemente más libre de los sujetos, el gusto, es el modo en que la vida de cada uno se adapta a las posibilidades estilísticas ofrecidas por su

²³ FEIXA, Carles. *De jóvenes, bandas y tribus*. P. 105

²⁴ BOURDIEU, Pierre. *Sociología y cultura*. P. 132.

²⁵ *Ibíd.* P.133.

condición de clase. A través de la formación de *habitus*, las condiciones de existencia de cada clase van imponiendo inconscientemente un modo de clasificar y experimentar lo real. Cuando los sujetos seleccionan, cuando simulan el teatro de las preferencias, en rigor, están representando los papeles que les fijó el sistema de clases. ²⁶

Al mismo tiempo se organiza la distribución de bienes materiales y simbólicos, la sociedad organiza en los grupos e individuos la relación subjetiva con ellos, las aspiraciones, la conciencia de lo que cada uno puede apropiarse. En esa estructuración de la vida cotidiana se arraiga la hegemonía: no tanto en un conjunto de ideas alineadas sobre la dependencia o la inferioridad de los sectores populares como en una interiorización muda de la desigualdad social, bajo la forma de disposiciones inconscientes inscritas en el ordenamiento del tiempo y el espacio, en la conciencia de lo posible y de lo inalcanzable.

Pierre Bourdieu sostiene la presencia del sujeto en tanto agente a través de la categoría de *habitus*, mismo que apoyado en los conceptos de *estrategia* y del juicio de *interés* (gusto), restablece el facto activo que el agente tiene sobre el sentido de la generación de sus prácticas, desprendiéndose a su vez de la dicotomía individuo/sociedad.

En su libro *La reproducción* afirma que el *habitus* es el medio por el cual se aprehende a propósito de las relaciones parciales, el sistema de las relaciones circulares que unifican estructuras y prácticas, siendo el *habitus* producto de estructuras, productor de prácticas y reproductor de estructuras, resultado de la interiorización de los principios de un arbitrario cultural capaz de perpetuarse después de que cesa la acción pedagógica, y por eso perpetuar en las prácticas los principios del arbitrario interiorizado. ²⁷

El *habitus* incluye “las estructuras mentales o cognitivas” mediante las cuales las personas manejan el mundo social. Las personas están dotadas de una serie de esquemas internalizados, por medio de los que percibe, comprenden, aprecian y

²⁶ Ídem.

²⁷ Ídem.

evalúan el mundo social. Mediante estos esquemas las personas producen sus prácticas, las perciben y evalúan.²⁸

Reflejan las divisiones objetivas en la estructura de clase como los grupos de edad, los géneros y las clases sociales. Un *habitus* se adquiere como resultado de la ocupación dentro del mundo social. Así que el *habitus* varía en función de la naturaleza de la posición que ocupa la persona en ese mundo; no todo el mundo tiene el mismo *habitus*, sin embargo, los que ocupan la misma posición dentro del mundo social suelen tener *habitus* similares.

En ese sentido, el *habitus* puede considerarse también un fenómeno colectivo ya que permite a las personas dar sentido al mundo social, pero la existencia de una multitud de *habitus* significa que el mundo social y sus estructuras no se imponen de modo uniforme sobre todos los actores. El *habitus* de todo individuo ha sido adquirido en el transcurso de la historia individual y constituye una función el momento particular de la historia social en el que ocurre.²⁹

Aunque no somos conscientes del *habitus* y de su funcionamiento, se manifiesta en la mayoría de nuestras actividades prácticas como en el modo de comer, caminar y hablar. Si bien el *habitus* opera como una estructura, las personas no responden mecánicamente a él e a las estructuras externas que operan sobre ellas.³⁰

Una consecuencia de todo lo anterior es que toda la estructura y la historia de un juego social se encuentran presentes en cada acto, lo que se logra por intermediación de cada acto, lo que se logra por intermediación de los *habitus* de los agentes y de su sentido del juego; de manera que el *habitus* posibilita una función de mediación como hecho objetivo efectivamente realizada por el agente.³¹

Razón por la cual se hace evidente lo imprescindible de la reconstrucción de las condiciones objetivas en las que se engendran mediante las prácticas sociales, los

²⁸ RITZER, George. *Teoría sociológica moderna*. P. 491.

²⁹ Ídem.

³⁰ *Ibíd.* P. 495.

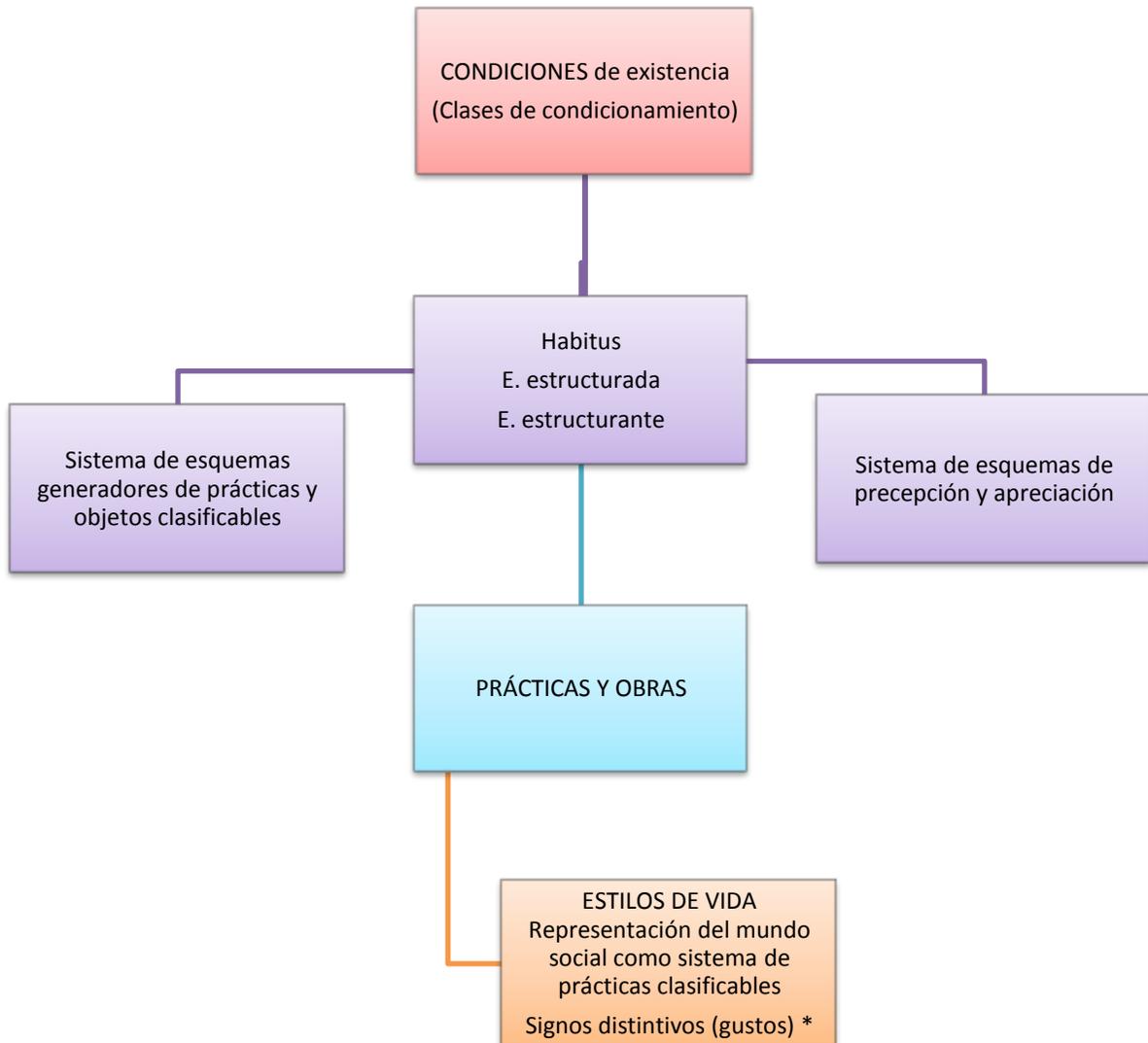
³¹ *Op. Cit.* BOURDIEU. P. 134.

sistemas de esquemas perceptivos y generadores de prácticas.

Las prácticas no son meras ejecuciones del *habitus* producido por la educación familiar y escolar, en ellas se actualizan, se vuelven acto, las disposiciones del *habitus* que han encontrado condiciones propicias para ejercerse. Existe por lo tanto, una interacción dialéctica entre la estructura de las disposiciones y los obstáculos y oportunidades de la situación presente. Las disposiciones Si bien el *habitus* tiende a reproducir las condiciones objetivas que lo engendraron, un nuevo contexto, la apertura de posibilidades históricas diferentes, permite reorganizar prácticas adquiridas y producir prácticas transformadoras.

En conclusión, el *habitus* es a la vez un principio generador de las prácticas en tanto clasificables objetivamente como un principio de división en cuanto sistema de clasificación de esas prácticas. Estas dos capacidades y su mutua relación son las que definen al *habitus*, ya que por un lado se determina una capacidad de producir prácticas y obras; y por otro, a capacidad de diferenciar y apreciar las prácticas y los objetos, que es lo que constituye el juicio de interés o gusto. Estas dos facultades sociales son el lugar donde se constituye el mundo social como un espacio de "estilos de vida" .

Pierre Bourdieu en su libro *Sociología y cultura* desglosa el siguiente diagrama:



* Íbid. P. 137

2.2 La subcultura

Como lo indica el prefijo, las subculturas son negociaciones significativas y distintivas que se realizan dentro de culturas más amplias. Tales negociaciones corresponden a las posiciones, ambigüedades y contradicciones particulares características de ciertos grupos inmersos en estructuras sociales e históricas más amplias.

Aunque la etnicidad es la fuente más obvia de las subculturas, también pueden estar basadas en la religión, ocupación, estilos de vida, orientación sexual o la edad. La clave es si ellos se ven y son vistos por otros como "diferentes" .³²

Las subculturas juveniles se pueden estudiar desde su relación con la generación, el género, la clase, la etnicidad, el territorio, el lenguaje o las relaciones culturales con las culturas parentales, la cultura hegemónica o la de sus pares. Si bien estos ejes nos pueden dar una idea de base sobre estas propuestas, con este modo de análisis se reproduce la lógica paradigmática en las ciencias sociales y se prevén las conclusiones, se estructura a priori el objeto de estudio y las conclusiones.

Este término y la teoría que lo impuso se elaboraron casi exclusivamente en el estudio y la explicación de la juventud y todo lo que se refiere a la desviación. Y sirvió fundamentalmente para desterrar ciertas ideas anteriores sobre la "cultura juvenil" unificada y separada, y aplicable a todos los jóvenes porque tendió a considerar tanto la cuestión de la edad como la de la clase social como factores determinantes de las diferentes identidades y actividades subculturales de los jóvenes. En este sentido, el concepto se apoya en varios supuestos importantes.³³

Primero, que las sociedades occidentales se caracterizan principalmente por estar divididas en clases sociales, división basada en las desigualdades de poder y de riqueza, y en las consiguientes relaciones de dominación y subordinación. Segundo, que estas divisiones y relaciones desiguales y conflictivas cobran vida y se articulan

³² Op. Cit. GELLES, Richard. P. 103.

³³ Op. Cit. O'SULLIVAN, Tim. P. 344.

en la forma de culturas de clase que son en sí misma complejas respuestas culturales a determinadas posiciones de clase social.

En el tercer supuesto es el de que en el seno de esas culturas de clase (a menudo denominadas "culturas parentales" en ese contexto) los jóvenes negocian y exponen sus propias respuestas subculturales distintivas, y especialmente simbólicas, a los problemas que les plantea no solo su posición de edad o su estatus generacional (que implica subordinación y control), sino también la posición y desigualdad de clases en particular cuando experimentan y combinan las dos posiciones en las esferas de la educación, el trabajo y el ocio.³⁴

Dentro de esa perspectiva, los análisis subculturales han generado y siguen proponiendo una manera importante de construir y comprender la apariencia, la conducta y la significación de diferentes grupos juveniles aparecidos en el Reino Unido de la postguerra.

Los grupos específicos sobre las subculturas se concentraron predominantemente en los grupos subculturales juveniles de la clase obrera y pusieron el acento en la que la apariencia a menudo "espectacular" que adoptan (los estilos de corte de cabello y de ropa por ejemplo) y las actividades "espectaculares" que realizan, representan formas significativas de respuesta y oposición subculturales específicas, manifestadas en virtud de identidades y ritos subculturales especializados. De modo que las subculturas operan como modos de ganar o por lo menos pretenden, "espacio cultural" para sus miembros; al hacer esto, las subculturas generan y confirman además modos importantes de identidad y orientación colectiva e individual respecto de los valores dominantes en el orden social y cultural general.

La teoría de las subculturas determinó y ahora abarca el enfoque ortodoxo de la historia de la juventud. Sin embargo, esa ortodoxia no es inmune a las críticas, como lo indican los trabajos y debates recientes. En resumen, se presentan dos dificultades en particular. La primera nace de la tendencia a interpretar las subculturas como fenómenos menos significativos solo desde el punto de vista de

³⁴ HEBDIGE, Dick. *Subcultura. El significado del estilo*. P. 56.

la resistencia. Esto ha provocado, por ejemplo, que los estudios se concentren excesivamente en aquellas actividades y estilos subculturales que pueden entenderse como formas que ofrecen resistencia o que representan una posición radical, es decir, como fenómenos contrarios a la conformidad, la aceptación o la integración. La segunda dificultad proviene de que los enfoques subculturales de la juventud acentuaron aun más el desequilibrio con respecto a las divisiones de género. En esos estudios, el acento puesto principalmente en la clase obrera, pero sobre todo en los varones, "marginó" a las mujeres y en general, a toda la cuestión de la división sexual.³⁵

2.3 ¿Porqué surgen las subculturas?

La idea de la modernidad asimilada a la aldea global, del predominio de una sola cultura, en el fondo, de una cultura hegemónica, encuentra su respuesta en la aparición de microculturas o microsociedades; de nuevas sociedades primitivas que empiezan a emerger en las grandes ciudades alterando el mapa urbano y el orden metropolitano.

El doctor Julio Amador considera que "en la construcción de los códigos lingüísticos de comunicación, la cultura tiene una *doble función: simbólica y práctica*. Se construyen los aparatos simbólicos que permiten la creación de una colectividad en torno a: 1) metas colectivas definidas, creencias, concepto y representaciones de la realidad (símbolos colectivos imaginario compartido) y 2) prácticas de grupo (rituales, vida cotidiana). A partir de esto se crea una noción gregaria y una especie de *juramento colectivo* que unifica, que crea un sentido de pertenencia a un proyecto, a un destino común. Simultáneamente, este sistema de códigos comunitarios es un medio por el cual el grupo social se diferencia de los otros" .³⁶

³⁵ Op. Cit. O'SULLIVAN. P. 345.

³⁶ AMADOR, Bech Julio. Artículo: *Comunicación y cultura*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. P. 21

El cuerpo colectivo de la comunidad se pone de manifiesto mediante el discurso, la experiencia práctica y la producción material de una cultura. Si las relaciones sociales pueden ser vistas como relaciones práctico- discursivas, podemos comprender cómo las diversas culturas construyen su figura grupal y social a través de la actividad colectiva, el discurso y los objetos³⁷.

En la construcción del sí mismo, en la construcción comunitaria, lo que se forma y se transforma es el *imaginario* y el *contexto práctico-material* que moldea la figura del grupo. El grupo es determinado por los códigos culturales y, a su vez, los códigos culturales son creados y transformados por el grupo social; se trata de procesos *simultáneos* y *complementarios*³⁸.

Más aún, las prácticas juveniles no son valoradas por sí solas, sino que se relacionan directamente con indicadores de tipo económico y de consumo. Sin embargo, para comprenderlos es necesario estructurar a los jóvenes dentro de su realidad, valorando la creatividad de sus prácticas. Entonces, si los jóvenes no tienen a su alcance los medios para expresarse y relacionarse con su entorno como desean, desarrollan una manera auténtica, un sentido comunitario de historicidad. En su búsqueda muchos integran agrupaciones en las que se manifiestan fuertes redes solidarias a través de diversas actividades tanto lúdico-sociales, como político-culturales.

Todo esto permite a los jóvenes hacer una nueva interpretación de ciertos símbolos u objetos, además de permitir la construcción de estilos juveniles compuestos por una serie de elementos culturales como el lenguaje, la música y la estética que identifica estilos juveniles.

Algunos críticos y analistas aseguran que el fenómeno de las subculturas no es nada más que la búsqueda de los jóvenes por aquella identidad tan añorada. Cuando un joven se integra a una sociedad que posee las mismas tendencias, modas y pensamientos que él, éste se sentirá identificado tanto con el grupo como sus símbolos y modas, y probablemente sentirá repulsión hacia un grupo de

³⁷ Ídem

³⁸ Ídem

tendencias opuestas, lo cual podría llevar a la violencia.

La identidad de cada una de estas subculturas variará según su ideología y según la persona misma, por ejemplo, mientras que los *skinheads* son de tendencias violentas, los hippies no rivalizan contra ningún grupo, pues son pacifistas y no hay grupo alguno que les sea totalmente opuesto.

Las subculturas surgen como una respuesta social y simbólica, frente a una burocrática vida actual, al aislamiento al que los jóvenes son sometidos en las grandes ciudades y a la frialdad de una sociedad extremadamente competitiva. Los subgrupos les dan a los jóvenes la posibilidad de encontrar una nueva vía de expresión, un modo de alejarse de la realidad que no les satisface y, sobre todo, la oportunidad de compartir vivencias personales y tener sentido de pertenencia a un determinado grupo.

2.4 Antecedentes históricos

Los estudiosos de las subculturas coinciden en situar en 1915 el comienzo de la reflexión e investigación sobre las subculturas juveniles. Chicago representaba la metáfora de las grandes transformaciones de Estados Unidos en esa época y reunía las condiciones apropiadas para la aparición de los *gangs* juveniles, que ocuparon algunas zonas de la ciudad y provocaron la preocupación de las instituciones por su apariencia extravagante y su conducta delictiva.³⁹

La identificación de los diferentes grupos con un aspecto determinado y la infracción del orden establecido que llevan a cabo sistemáticamente parecen constituir los rasgos que les permitirán destacar del común social.

El periodista Robert Park, fue uno de los pioneros dedicados a estudiar aquel tipo de conductas que se consideraban específicas del medio urbano. Sus trabajos

³⁹ Op. Cit. COSTA, Pere-Oriol et al. P. 60.

parten de la hipótesis de que las características de la gran ciudad permiten a los jóvenes manifestar determinados comportamientos “desviados” , que las sociedades rurales habían reprimido.

"La ciudad —dice Park— ha sido descrita como el hábitat natural del hombre civilizado. En la ciudad, el hombre ha desarrollado la filosofía y la ciencia, y se ha convertido no sólo en un animal racional sino también en un animal sofisticado. La ciudad y el entorno urbano representan para el hombre la tentativa más coherente y, en general, la más satisfactoria de recrear el mundo en que vive de acuerdo a su propio deseo. Pero si la ciudad es el mundo que el hombre ha creado, también constituye el mundo donde está condenado a vivir en lo sucesivo. Así pues, indirectamente y sin tener plena conciencia de la naturaleza de su obra, al crear la ciudad, el hombre se recrea a sí mismo. En este sentido y en este aspecto podemos concebir la ciudad como un laboratorio social” .⁴⁰

Al igual que Park, otros estudiosos de la Escuela de Chicago consideran que tanto la agrupación como la degeneración de las bandas eran resultado de distintos factores sociales. Aportaciones como las de Frederick Thrasher (*The Gang 1992*) ponen en relieve la importancia de los elementos simbólicos en la configuración de este fenómeno: el lenguaje, el modo de vestir, las formas que tienen los miembros de un grupo de relacionarse entre sí.⁴¹

Fue la obra de Wiliam Foote White, *La sociedad de las esquinas (1943)*, la que determinó un verdadero cambio en el estudio de los grupos juveniles. La investigación de este autor localiza el eje del *gang* en el sentimiento de solidaridad y apoyo mutuo que une a sus miembros, a la vez que excluye rotundamente que el aspecto delictivo que caracterizaba a una buen; las bandas americanas fuese un componente esencial de su formación.⁴²

En los años cincuenta, autores como Albert Cohen y Miller comienzan a llenar el vacío teórico de los estudios subculturas juveniles, intentando definir las

⁴⁰ HEBDIGE, Dick. *Subcultura. El significado del estilo*. P. 64.

⁴¹ Op. Cit. COSTA, Pere-Oriol et al. P. 54.

⁴² *Ibíd.* P. 61.

continuidades y las que estos grupos establecen con el sistema. Mientras que Albert Cohen se concentra en la función compensatoria del grupo, Miller subraya, además, las semejanzas y diferencias entre los jóvenes de la subcultura respecto a la cultura de sus padres.

Con la aparición de la primera subcultura genuinamente europea, los *teddy boys* del East End de Londres, el foco principal de las investigaciones se desplaza de los Estados Unidos a Gran Bretaña, cuyos estudiosos realizarán las mejores aportaciones sobre el tema de las subculturas urbanas. Afirman que lo que diferencia a los jóvenes de la clase trabajadora de aquellos que provienen de la clase media no es su sistema de valores, si no las enormes expectativas que suscita el tiempo libre. Por consiguiente, es preciso distinguir entre: a) subculturas que emergen como una respuesta “positiva a demandas de las estructuras sociales y culturales, y b) aquellas cuya respuesta es la delincuencia.⁴³

2.5 Diferencia entre una contracultura y una subcultura

La contracultura es un rótulo colectivo, aplicado a las subculturas juveniles “revolucionarias” o de alternativa, politizadas, sobre todo de clase media de la década de 1960 y comienzos de 1970. En Estados Unidos, el término fue adoptado por teóricos como Marcuse (1972) y Roszak (1971) para integrar las ideologías, las prácticas y los objetivos de movimientos tales como los hippies y los estudiantes radicales en una vasta expresión unificada de protesta y resistencia política juvenil contra el antiguo orden establecido.

A diferencia de las formas más fragmentarias y desdibujadas de resistencia propuestas por las subculturas juveniles de la clase obrera, los grupos contraculturales crearon una cultura de hijos de clase media, sobre todo en el campo universitario y articularon una oposición más organizada, intelectual y

⁴³ *Ibíd.* P. 62.

política, aparentemente unida frente a la autoridad.⁴⁴

En este sentido, el término ocupa una posición significativa pero inestable en debates referidos a la importancia que adquieren las diferentes posiciones sociales de clase como factores determinantes de las respuestas subculturales de los jóvenes. Se refiere a determinados momentos históricos en que algunos sectores juveniles expresan de manera explícita una voluntad impugnadora de la cultura hegemónica, trabajando subterráneamente en la creación de instituciones que se pretenden alternativas.⁴⁵

2.6 Principales subculturas

Para los jóvenes no es complicado inventar un nuevo lenguaje, agruparse y comprenderse ante la necesidad de una identidad y autoafirmación. Algunas subculturas que se han etiquetado ya con un nombre y una serie de características específicas son: *canis, cumbieros, darks, emos, floggers, frikis, gamers, góticos, grungers, hip-hoperos, hippies, metaleros, otakus, fresas, punks, rastafaris, reggaetoneros, skaters, skin heads* y *hipsters* por mencionar las más importantes.

A continuación se hace una genealogía de las subculturas juveniles urbanas que se consideran más significativas.

⁴⁴ Op. Cit. O'SULLIVAN, Tim, Hatley, John et al. *Conceptos* P. 346.

⁴⁵ Op. Cit. FEIXA, Carles. P. 108

2.6.1. Hipsters

El término *hipster* surge del término angloamericano *hip*, que a falta de una traducción más exacta, equivale al *chido** mexicano. Un *hipster* es un individuo que se precia de tener gustos, actitudes y opiniones, que para el resto de las masas califican como ideales, sofisticadas, vanguardistas y sobre todo, *chidas* y *cool*. En términos más precisos, un *hipster* se define como el miembro de un sector subcultural, vinculado a las modas retroirónicas, la música y cine *indie*, y otras formas de expresión alternas al *mainstream*** , pero bien aceptadas por el mismo por su vanguardismo o simple popularidad.

Los antecedentes del sector hipster se remiten a las décadas de los 40' s y 50' s, con el surgimiento de la llamada generación Beat. Este movimiento se dio por un interés por el jazz, y a sus intérpretes se les empezó a llamar *hipsters*. Eventualmente el término se hizo extensivo no sólo a los músicos sino también a su público asiduo, y tiempo más tarde se aplicó indistintamente junto con la palabra *beatnik*, para nombrar a todo individuo vinculado con el movimiento *beat*.

Cuando la generación Beat fue desplazada en los 60's por el nuevo movimiento *hippie*, la palabra *hipster* cayó en completo desuso, aunque de todos modos, tampoco se puede decir que estuviera muy arraigada en el vocabulario en primer lugar. No fue sino hasta 30 años más tarde, a inicios de los 90' s, cuando se retomó el término, esta vez para describir a los ejecutantes del naciente movimiento de rock *indie* y alternativo.

* Término mexicano, incluido en el Diccionario de la Real Academia Española y utilizado como adjetivo para calificar algo como bonito, lindo o agradable. Coloquialmente, tiene otros significados, en particular "fino", "de buena calidad" o referido a una persona, significa "amistoso", "amable", "amigable".

**Anglicismo que literalmente significa corriente principal), que se utiliza para designar los pensamientos, gustos o preferencias aceptados mayoritariamente en una sociedad.

Sin embargo, es bien sabido que la escena *indie* moderna, en realidad abarca muchas corrientes, estilos y tendencias distintas, desde el *emo* y el *post-punk* hasta el *trip-hop* y la música *folk*, así que el término resultó muy ambiguo como etiqueta genérica. Sin embargo, donde sí se le encontró un mejor uso, fue en el nuevo sector subcultural surgido paralelo a, y derivado de, las nuevas tendencias creativas alternativas.

Los *hipsters* son considerados como la reacción obvia y natural a lo que fue el movimiento *grunge* de la Generación X, aunque no necesariamente se les puede considerar una tendencia contracultural como tal. Y es que, toda tendencia contracultural surge como una abierta rebelión contra los usos y costumbres de la corriente principal que la precede, y en el caso de los *hipsters*, en vez de oponerse al *mainstream*, lo aceptan abiertamente.⁴⁶

La subcultura *hipster* es ante todo una tendencia intelectual y artística, aunque también puede considerársele una especie de activismo social moderado y totalmente apolítico. Es también ante todo un movimiento postmodernista, pues tiene una particular tendencia a rescatar ideas y modas pasadas, para descontextualizarlas, reinterpretarlas y aplicarlas a las tendencias actuales.⁴⁷

Son jóvenes creativos, urbanos y vanguardistas nacidos en el mundo occidental durante los años ochenta, como punto de encuentro entre la herencia *beatnik* y la denominada Nueva Izquierda (esto es, aquel sector de la izquierda crítica nacido en los años sesenta y formado por jóvenes universitarios que detestaban tanto la convencionalidad de la sociedad burguesa como la racionalidad burocrática del socialismo de Estado).

Como ocurre con muchas tribus urbanas y tendencias subculturales, la etiqueta de *hipster* se presta lo mismo a seña de identidad que a peyorativo y burla de estereotipos, según el enfoque. Sin embargo al contrario de grupos como los *darks*, los punks o los nerds, el sector *hipster* no se lo toma a mal, pues no busca en ningún momento formar una colectividad cerrada. De hecho, el propio término

⁴⁶ Op. Cit. LANHAM Robert. P. 23.

⁴⁷ *Ibíd.* P 24.

hipster se utiliza más con cinismo personal que con orgullo de grupo, pues los miembros del sector aprecian mantenerse relativamente marginados en términos de identidades grupales.

SEÑAS PARTICULARES DE UN HIPSTER

La forma más rápida de distinguir a un *hipster* típico cuando se le ve en la calle, es por su aspecto de *nerd fashion* o *yuppie* alternativo. A rasgos generales, su aspecto recuerda un poco al de Elvis Costello, al de Velma, la de Scooby-Doo o de menos al de Daria, la de MTV. El *hipster* de hecho tiende a ser bien aceptado precisamente dentro los grupos *yuppie* y *nerd*, pues balancea perfectamente el intelectualismo de unos, y la imagen popular de los otros, sin caer en poses superficiales.

Existe también un aspecto variante recurrente, el cual es el look meticulosamente pandroso, aunque no necesariamente fodongo. Como los sectores pop y hip-hop fetichizan la moda y la opulencia al vestir, en respuesta los *hipsters* idealizan la precariedad, como el reflejo de una vida bohemia y desinhibida, opuesta a la superficialidad. De esta forma, el hipster usualmente consigue su indumentaria en ventas de saldos y de ropa usada.



Hablando en general, los *hipsters* son claramente identificables por su peculiar indumentaria, que suele incluir gafas de pasta, cabello limpio pero milimétricamente despeinado, camisetas al estilo inglés con referencias a algún grupo musical "de culto", pantalones de marca aunque cuidadosamente desharrapados, tenis Converse o similares.

El arreglo del cabello es también básico, ya que preferentemente, se usan cortes convencionales, pero despeinados, y si es con el típico "almohadazo, mucho mejor. En este caso, el corte de pelo es una forma de llevarle la contra a los estilos distintivos de las otras tribus urbanas, como son las rastas, los cortes rapados, o los penachos punk. Pero por otra parte, el llevar el cabello sin arreglar

del todo o completamente sin peinar sirve para indicar el rechazo a los convencionalismos del resto de la sociedad.

Un accesorio básico de todo *hipster*, es el uso de bolsas de tela o morrales estilo mensajero. Los mismos son utilizados para cargar principalmente libros y revistas, y ya dependiendo de los intereses de cada *hipster*, también laptops, cámaras digitales o implementos de dibujo, pues por lo general el *hipster* típico tiene inclinaciones artísticas enfocadas principalmente a la literatura, el cine, la música y las artes gráficas.

La subcultura *hipster* abarca también un estilo de vida que se refleja en el aspecto físico. El *hipster* promedio por su nivel cultural, está perfectamente consciente de los efectos a la salud del alcohol, el tabaco y las drogas, así que contrario a otras subculturas y tribus urbanas, no busca ni fomenta su consumo. De hecho, los *hipsters* más comprometidos tienen hábitos vegetarianos, sea lo mismo por convicciones de salud, que de apoyo a los derechos de los animales. En todo caso, aunque mantienen hábitos saludables, los hipsters no acostumbran hacer ejercicio ni frecuentar gimnasios, pues se considera que eso es ya caer en la superficialidad derivada de las imágenes de cuerpos perfectos en la publicidad y los medios.

Es importante notar que en todo caso, los códigos de aspecto de los *hipsters* no son tan estrictos como los de otras tribus urbanas, pues en la práctica no hay una intención apremiante de desmarcarse del resto de la sociedad. Aunque por esto el hipster es aceptado y se desenvuelve bien entre la cultura, moda y sociedad *mainstream*, en la práctica tampoco se identifica realmente con las mismas, más que a un nivel irónico. De hecho, muchos hipsters ignoran que lo son, hasta que alguien más se los dice.

LA IDEOLOGÍA HIPSTER ANTE LA VIDA

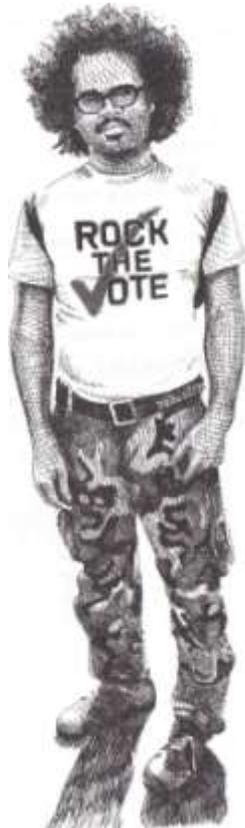
A nivel de clases sociales, el movimiento *hipster* se originó entre las clases medias y medias-altas. Sin



embargo, su ideal aspiracional es llevar un estilo de vida bohemio, que no importa si es muy precario, en tanto deje bastante tiempo libre para dedicarlo a disfrutar de las actividades creativas que realmente le interesan, como leer, ver películas poco comerciales, diseñar, visitar galerías y cafeterías, componer música, así como escribir novelas o poesía.

Según el punto de vista *hipster*, el trabajo es un mal necesario, generalmente reservado a las masas urbanas, de las cuales, por definición, un buen *hipster* no forma parte. El *hipster* no rehúye del trabajo, pero eso no significa que necesariamente lo acepte. En las conversaciones casuales, el *hipster* evita siempre hablar de su trabajo, especialmente si involucra realizar labores rutinarias y apegarse a un horario.

Por su perfil cultural, los *hipsters* no suelen frecuentar bares y antros, prefiriendo como lugares de reunión las cafeterías. El café orgánico es la bebida *hipster* por excelencia, pues al contrario del alcohol, no es relajante sino estimulante. Por otra parte, el café siempre resulta perfecto acompañar una lectura, navegar por internet y fomentar el arte de la conversación.



A niveles de actitud, mientras que los *darketos* tienden a ser melancólicos y los *punks* agresivos, los *hipsters* fomentan una personalidad relajada e indolente, pero sin lugar a poses demasiado forzadas; sin perder el estilo *cool*, es decir, el *hipster* puede estar inconforme con la sociedad, pero no por ello busca rehuir de la misma, pues sabe que tarde o temprano, hasta los vanguardismos más radicales acaban formando parte del *mainstream*.

A consecuencia de la idea de asimilar al *mainstream* antes de que éste los asimile a ellos, la visión de los *hipsters* está también muy revestida de sarcasmo e ironía. La ideología *hipster* puede tener fundamentos muy firmes, pero los *hipsters* no son nada radicales y nunca se toman nada demasiado en serio.

Por poner un ejemplo, aunque un *hipster* está bien consciente de lo que significa el retrato del Ché Guevara como símbolo de revolución socialista, no siente conflicto alguno al ponerse una camiseta del Ché disfrazado de Cepillín o el Santo. Al *hipster* no le importa si es coherente o no con el mensaje político, sino simplemente le cae en gracia la irreverencia de que una imagen que simboliza radicalismo se vuelva lo bastante banal como para ser parte de un artículo de moda. Cabe señalar que en todo caso, los hipsters suelen ser los primeros en imponer o asimilar modas, pero también son los primeros en abandonarlas tan pronto los fresas y *yuppies* empiezan a seguirlas o desvirtuarlas.

En cuanto a las tendencias políticas, la escena *hipster* es invariablemente liberal, pero también estrictamente antipartidista, rechazando toda posible afiliación a no ser que sea a una ONG. Con gran frecuencia los *hipsters* se involucran también en la creación de fanzines, la organización de eventos culturales alternativos y la participación activa en redes sociales por internet.

La ideología *hipster* para algunos resulta exasperante e incluso es vista como una pose arrogante y pretenciosa. En consecuencia, existe una cierta actitud de reproche hacia los *hipsters*, principalmente por parte de los sectores intelectuales, que los consideran como simples *yuppies* con aspiraciones de más. Si bien muchos *yuppies* buscan imitar el estilo e ideas hipster por simple pose, lo cierto es que al final la diferencia se nota ya que los *hipster* por convicción, todo se lo toman con ironía y cinismo, incluso las etiquetas peyorativas que otros les atribuyen.

EXPRESIONES ARTÍSTICAS

No hay subcultura que se respete que no deje de expresarse creativamente, y la tendencia *hipster* no es la excepción. Las expresiones artísticas son particularmente importantes para este movimiento, y es que después de todo, surgió precisamente desde y a la par que las corrientes creativas de inicios de los 90' s. A consecuencia de esta situación, se ha dado una curiosa influencia recíproca, donde los creadores *hipsters* no sólo producen obras de un estilo característico, sino que también

muchas formas de expresión influyen directamente al sector, aún si no son propiamente de origen *hipster*.

La principal y más notoria expresión artística *hipster*, como buenos individualistas, les interesa fundamentalmente el llamado cine de autor y suelen ser fans declarados de directores como Quentin Tarantino, Richard Linklater, Vincent Gallo, Sofia Coppola. Jim Jarmusch, Aki Kaurismaki, Woody Alen, Akira Kurosawa, Lars von Trier, François Truffaut, Eric Rohmer, Todd Solondz, los hermanos Cohen o cualquier otro que reciba un premio en el Festival de Sundance. Una mención aparte merecen Spike Jonze y Wes Anderson, a quienes se les considera también propiamente como *hipsters*. La subcultura *hipster* reconoce también en calidad icónica a 3 actores en particular: Christina Ricci, Bill Murray y Tora Birch, que aunque no necesariamente llevan estilos de vida *hipster*, muchos de sus personajes en pantalla son muy representativos de la imagen y actitud del sector.

A nivel de artes gráficas, el sector *hipster* tiende a darle preferencia al estilo derivado de fanzines y comics alternativos, aunque también existe cierto favoritismo hacia las corrientes *pop**, *retro*** y *kitsch****. Algunos de los exponentes más notorios son ilustradores y diseñadores como Mike Allred, Sho Murase, Adrian Tomine, Evan Dorkin, Andy Warhol, entre otros menos conocidos.

En la música, los mayores exponentes y guías espirituales de lo *hipster* incluye a intérpretes y bandas alternativas e *indie* como Beck, Arctic Monkeys, Arcade Fire, The Pixies, Sigur Ros, Pulp, Radiohead, Björk, Velvet Underground, Joy Division, Sonic Youth, The Smiths, My Bloody Valentine, Jesus and Mary Chain, Pixies, Stone Roses y Animal Collective, grupos a los que situaron desde muy pronto en un plano intelectual superior al del resto de grupos de rock.

* El diseño Pop es muy estilizado, busca el efecto inmediato pero efímero, por lo que es intrínsecamente obsoleto ("úselo hoy, bótelo mañana").

** El estilo o tendencia retro, también conocido como "vintage" deja su sello nostálgico en todas las actividades del diseño, ya sea decorativo, textil, gráfico, y también, por qué no, en el diseño web, donde se combinan, curiosamente, tecnología con estética antigua.

*** La palabra kitsch se origina del término alemán *yidis etwas verkitschen*. Define al arte que es considerado como una copia inferior de un estilo existente. También se refiere a cualquier arte que es pretencioso, pasado de moda o de muy mal gusto.

Con suerte, también escuchan algo de jazz, pero no se puede decir que ésta sea su principal influencia. A pesar de lo que pueda sugerir su elitismo de corte claramente individualista, lo cierto es que los *hipsters* suelen estar asombrosamente de acuerdo en casi todo. Ahora bien, dado que la ideología *hipster* aprecia mucho lo *kitsch* en general, no es raro que los miembros de este sector disfruten igualmente de las cumbias de los 80s, los narcocorridos, las rondas infantiles y hasta los éxitos pop bailables del momento.

Eso sí, este gusto siempre implica una cierta intención de mera curiosidad irónica o sarcástica, no tanto de completa afinidad o compromiso con los estilos, mensajes y géneros. En todo caso, el *hipster* rara vez gusta usar la música para bailar, prefiriendo simplemente disfrutarla de manera auditiva, de modo que los *hipsters* frecuentan más las tocaditas que los conciertos masivos y salones de baile.

Les interesa más la literatura y el arte que la política o la filosofía. Sus autores de cabecera suelen ser los del movimiento *Beat* (Burroughs, Kerouac, Ginsberg) y algunos más actuales como Paul Auster, Chuck Palahniuk, Ian McEwan o Michel Houellebecq obra y figura de Marcel Duchamp y el Pop Art de artistas como Andy Warhol o Roy Lichtenstein. También les suele entusiasmar todo lo relacionado con los cómics y el diseño gráfico, así como todas esas. Les apasiona el arte transgresor y vanguardista, inclinándose por el dadaísmo, series de televisión americanas al estilo Simpsons, Family Guy, Daria, South Park o Friends.



La gran mayoría de los *hipsters* no sólo se dedica a apreciar el arte, sino que también con frecuencia tienen vocación o simples aspiraciones recreativas al mismo. A diferencia de los sectores intelectuales típicos, los *hipsters* no aspiran a crear arte según los parámetros académicos, así que más que pintores, concertistas o cineastas, usualmente son fotógrafos, diseñadores, DJs y videoastas. La perspectiva hipster ante el arte y la cultura en general, es de

cinismo e ironía, aunque claro, como en todos lados, no faltan los radicales y oportunistas que se toman demasiado en serio la pose contracultural y liberal.

Así, los *hipsters* se sitúan en un extraño escalón intermedio entre la cultura popular y la cultura elitista. Son demasiado individualistas y arrogantes para compartir sus aficiones con la vulgar muchedumbre, pero son demasiado frívolos y hedonistas para alcanzar las cimas del pensamiento académico, al que acusan de padecer la misma enfermedad que ellos: arrogancia, elitismo y separación de la vida cotidiana. Esa separación tan artificial entre la cultura de masas y lo que ellos mismos se permiten calificar como lo "emergente" y lo "excelente", por lo demás, les suele llevar al absurdo de considerar que un grupo británico de pop-rock como Oasis es un producto de masas, mientras que un joven guitarrista *underground* al que no conoce nadie puede ser poco menos que un semidiós, un genio o un artista de culto.

La subcultura *hipster* es ante todo una tendencia intelectual y artística, aunque también puede considerársele una especie de activismo social moderado y totalmente apolítico. Es también ante todo un movimiento posmodernista, pues tiene una particular tendencia a rescatar ideas y modas pasadas, para descontextualizarlas, reinterpretarlas y aplicarlas a las tendencias actuales.



2.6.2 *Teddy boys*

Los *teddy boys*, procedentes de las clases, trabajadoras del East End de Londres, constituyen sin duda la primera subcultura europea. Fueron el fruto de la confrontación de algunos jóvenes de la clase obrera, condenados al trabajo sin cualificación, con la prosperidad de la sociedad británica de los años cincuenta. Lo que distinguía principalmente a los *teddy boys* de los otros adolescentes ingleses era, sobre todo, su preocupación por el estilo, su atención a los detalles de la moda y de la música.⁴⁸

En efecto, el rechazo del *teddy boy* a su entorno se manifiesta mediante la adopción de una identidad diferenciada que mezclaba el estilo eduardiano, algunos rasgos cowboys con el rock'n'roll. Símbolos todos de una identidad carente de cualquier tipo de ideología que, paradójicamente, afirmaba su independencia mediante la dependencia del mercado de consumo de los adolescentes.

En definitiva, el retrato que emerge de los *teddies*, a partir de las descripciones de los diferentes autores, es el de un conjunto de jóvenes no comprometidos, proletarios y xenófobos que convirtieron el rock en vehículo de una rebelión indiscriminada contra todo (familia, escuela, trabajo, policía, extranjeros, etc.) y marcan la introducción de la violencia racial como estilo subcultural entre los jóvenes británicos. En 1958, los *teddies*, protagonizaron los primeros enfrentamientos con jóvenes afrocaribeños, cuyas familias habían comenzado a llegar a Gran Bretaña hacia comienzos de los años cincuenta.⁴⁹

Sin embargo, más que su violencia, fue probablemente su apariencia elegante y su aire desinhibido lo que más recelos suscitó. Recelos alimentados por los relatos de una prensa que indujo a las clases medias a separar al joven respetable del desviado, y concebir a este último como un verdadero problema social. Hasta el punto de que, para finales de los años cincuenta, *teddy boy* se había convertido en

⁴⁸ Op. Cit. ACOSTA, Pere-Oriol et al. P. 63.

⁴⁹ *Ibíd.* P. 64.

sinónimo de violencia e incluso se llegó a prohibir que los soldados se vistiesen en su tiempo libre como los *teddies*.

Pero casi todos los estudiosos de las subculturas juveniles coinciden en afirmar que el estilo del *teddy boy* no constituía una verdadera forma de vida sino, y sobre todo, un modo de vivir el tiempo libre. El legado de los *teddies* (estilo diferenciador, identificación con un cierto tipo de música, episodios de violencia) pasó intacto a los protagonistas de la escena juvenil de la primera mitad de los años sesenta: los *rockers* y los *mods*, quienes, además, también iban a heredar el recelo social que habían originado los *teddy boys*.

2.6.3. Rockers

Al parecer, los *rockers* proceden de la parte socialmente más modesta de los *teddy boys*, a pesar de que su configuración estilística (que es inspirado en el look de Marlon Brando), sería en buena parte una reacción al dandysmo de sus predecesores: Los *rockers*, descendientes de los *teddies*, eran un grupo que crearon una imagen fuerte y dura de la clase trabajadora.

Admiradores de Elvis Presley y de Gene Vincent, los *rockers* sustituyeron la danza por la moto y convirtieron la autopista y los cafés de carretera en sus únicos puntos de reunión. La versión americana de los *rockers*, los *hell's angels*, se extendió rápidamente por Europa, aunque las primeras versiones autóctonas de Inglaterra (*coffee-bar-cowboys* o *ton-up-boys*) y Francia (*blousons noirs*) diferían notablemente de su referencia americana, con la que, a pesar de todo, compartían la relación casi existencial con sus motos.⁵⁰

Desaliñados, con el pelo largo y grasiento, chaleco vaquero, cazadora negra de cuero, antebrazos tatuados y un sinfín de accesorios o de accesorios como calaveras pintadas o bordadas; el estilo de los *rockers* se configuró como resultado de una confrontación desde dentro, pues el enemigo del *rocker* no sería, esta vez, el inmigrante sino una nueva subcultura: los *mods*, con quienes se enfrentarían

⁵⁰ BRITTO García, Luis. *El imperio contracultural: del rock a la postmodernidad*. P. 31.

para conquistar una identidad social diferenciadora.

2.6.4 Mods

Si bien para algunos autores los verdaderos descendientes de los *teddy boys* serían los *mods* en vez de los *rockers*, otros estudiosos sostienen que los primeros *mods* fueron más bien jóvenes judíos de clase media, que se reunían en los cafés del Soho de Londres.

Como los *teddy boys*, los *mods* hacen de su ropa impecable y de su comportamiento snob la característica distintiva de lo que luego se convertiría en una verdadera subcultura: trajes italianos, pantalones *stretch* cabellos cortos caracterizan a este grupo de jóvenes que, por primera vez en Gran Bretaña, había crecido junto a los negros emigrantes, hacia los que mantenía una actitud positiva y de los que admiraba su apariencia indiferente y orgullosa respecto a su entorno.

Los *mods* celebraban la nueva era consumista de los años sesenta y ponían todo su énfasis en el fin de semana. Pero, si bien los primeros *mods* habían hecho de su estilo moderno casi un elemento de culto y de las actividades ordinarias con las que llenaban su tiempo libre un ritual (lava el pelo, planchar su ropa, reunirse en sus clubes, etc.), la movilidad que permitía su motocicleta acabaría siendo, para muchos de ellos, el verdadero vehículo de su protesta y los convertiría en una subcultura visible a los ojos de la sociedad.⁵¹

Hacia 1963, los desplazamientos de estos jóvenes fuera de la ciudad durante el fin de semana se habían hecho cada vez más frecuentes, como símbolo de la conquista de un nuevo espacio lúdico y algunos episodios del enfrentamiento con sus rivales los *rockers* que los medios exageraron, estigmatizaron ambas subculturas como *folk devils*, elementos sociales peligrosos, causantes de un verdadero "pánico moral". Paralelamente, el estereotipo de los *mods* que difundían los medios permitió a muchos jóvenes identificarse con ellos y llenar sus expectativas de diferenciación, respecto a un entorno que, de un modo u otro, percibían como

⁵¹ *Ibíd.* P. 32.

algo hostil.⁵²

El carácter elitista, y el fanatismo casi religioso de los primeros *mods* pronto se revelaría incompatible con la ampliación indiscriminada de la subcultura, que los medios habían impulsado al propagar la identidad *mod*.

En la segunda mitad de los años sesenta, la influencia americana y el comienzo del fin de la expansión económica británica de la postguerra, introdujeron en la escena de los movimientos juveniles nuevas subculturas que la mayoría de los estudiosos remontan al ocaso de los *mods*. Para Hebdige las distintas presiones que éstos sufrieron desde que se convirtieron en el ojo del huracán de la opinión pública, determinaron, hacia 1966, una ruptura entre *hard mods*, por un lado, que reaccionaban ante la degeneración del estilo de la subcultura, y bohemios, por otra parte, aglutinados únicamente en torno al look de la moda de los años sesenta.

Ambas fracciones contaban como base con el patrimonio *mod*, pero los *hard mods* se volvieron hacia la tradición, los valores de la clase trabajadora y los ritmos jamaicanos, en pro de una identidad más sólida: los *mods* proceden de las clases trabajadoras especializadas, los *skinheads* de las clases trabajadoras no cualificadas.

Por el contrario, los bohemios *mods*, con la mirada puesta en California, cambiarían las anfetaminas por el LSD y sus motocicletas por el look de Carnaby Street. Si los *hard mods* se habían convertido en *skin heads*, los *mods* bohemios se volverían *hippies*.

2.6.5. Hippies

En realidad, los *hippies* instituyeron más bien una contracultura que una subcultura, pues en este caso no se trataba de proponer el tiempo libre como una alternativa a la falta de alicientes del resto de la semana, sino de adoptar una forma de vida global que caracterizara lo bohemio de un modo diferente. Los *hippies* constituyen la primera subcultura en la que se produce una verdadera homología, ya que los

⁵² *Ibíd.* P. 35.

diferentes componentes de dicho modo de vida aparecen estrechamente relacionados e implicados entre sí.

Otra diferencia fundamental entre los *hippies* y las demás subculturas (excepto los *beatniks*, de los que procedían) es en que, en este caso, se puede hablar propiamente de una ideología (que exaltaba lo subjetivo personal) y de un elemento cohesionador (Vietnam). Por el contrario, el estilo no se puede considerar aquí como un elemento fundador de la identidad del grupo. Sin embargo, paradójicamente acabarían identificándose con un cierto tipo de ropa (moda étnica), que quizá habían inspirado pero que, desde luego, no habían creado. Los *hippies* que florecieron en Europa justamente cuando empezó su ocaso americano (a finales de 1967) eran algo mayores que los miembros de las otras subculturas, procedían de la clase media y, además, entendían su condición de subcultura (o contracultura) como algo definitivo en sus vidas y no como un mero período de transición.⁵³

2.6.6. *Skin heads*

Desde 1964 pueden reconocerse *mods* que parecen *skinheads* entre los jóvenes que provocaron los enfrentamientos con los *rockers* en algunas localidades inglesas. Estos primeros *skins* habían heredado de sus predecesores *mods* la obsesión por los mínimos detalles, que combinaban con elementos heterogéneos (éticos y estilísticos) de la clase trabajadora inglesa y con otros préstamos de los jóvenes negros del barrio londinense de Brixton. Al establecer su propio estilo, los hermanos menores de los *mods* adoptaron ciertos elementos del estilo *mod*, combinados con temas de la ropa tradicional de los trabajadores, tomaron prestadas algunas influencias los negros y se convirtieron en *skin heads*.⁵⁴

Agresivamente proletarios y puritanos, ostentaban uniforme que constituía una

⁵³ Op. Cit. COSTA, Pere-Oriol et al. P. 67.

⁵⁴ Op. Cit. BRITTO García, Luis. P. 34.

especie de caricatura del modelo trabajador: las cazadoras militares y botas con punteras de hierro eran los elementos clave de modo de vestir que facilitase, junto al pelo rapado, la higiene personal, y que además fuese funcional en los enfrentamientos y peleas.

Los *skins* son adeptos a la música ska, que procede de la primera música reggae adoptada ya por los *mods*. Ello constituía desde el principio un elemento paradójico, por la marcada actitud racista que distinguió a muchos *skins* de la primera generación, famosos en Londres desde los años 60 por sus violentos enfrentamientos con jóvenes pakistaníes y negros. Esta primera generación de *skins* también llamó la atención desde principio a causa de su actitud belicosa en los campos de fútbol, especialmente en clubes tradicionalmente conflictivos como el Tottenham o el Chelsea.

Los *skin* volvieron a la escena social hacia 1979, justamente cuando comenzó el declive del punk, su tribu rival por excelencia y su antítesis estilística y ética. El regreso de los *skin* se configura rápidamente como la institución, en el espacio urbano, de un verdadero fenómeno que adopta, tal cual, la música, la estética y la actitud violenta de sus predecesores, pero que exagera hasta extremos preocupantes su fanatismo en el estadio y su racismo. No es un hecho casual que, al reaparecer, los *skinheads* se afilien a movimientos de ultraderecha, formen grupos musicales de ideología declaradamente nazi (Skrewdriver y su líder Ian Stuart Donaldson) y se mezclen con un nuevo tipo de vandalismo (*hooligans*) que sobrepasa ampliamente el perímetro del campo de fútbol.

2.6.7. Punks

El movimiento *punk*, que se va conformando hacia finales de 1975, constituye el grupo más difícil de clasificar en relación al conjunto de las subculturas juveniles. Quizá fue el fenómeno Sex Pistols, un hecho sin precedentes, lo que determinó la resonancia social y la persistente presencia de los punks a lo largo de las dos

décadas sucesivas. O quizá se trataba de la conformación de un nuevo paradigma. En cualquier caso, los *punks* se resisten a situarse tanto en la línea clásica (*teddy boys, mods, skin-heads*) como en la romántica (*beats, hipsters, rockers, hippies*). Aunque sin duda alguna se encuentran mucho más cerca de esta segunda.

Contra los valores tradicionales que predica la moda, los punks ostentan un cierto tipo de ropa sucia, deshilachada y rota. Yves Delaporte define la actitud de los punks en relación a su estética como un acto creativo en el que a partir de algunos elementos invariantes del código, el individuo recrea su propio estilo, jugando con una capacidad enorme de incorporar a esos códigos básicos los materiales más heterogéneos que se puedan imaginar, incluso materiales de desecho: reinventando la técnica del *détournement** creada por los dadaístas, los *punks* utilizan, con el fin de vestirse, objetos destinados a un uso completamente diferente: imperdibles, pinzas de la ropa, espejos de bolsillo o navajas que llevan colgando, mallas de nylon para naranjas, piezas o accesorios totalmente disfuncionales como lentes sin cristales confeccionadas con alambre.⁵⁵

En definitiva los *punks* configuran innumerables formas con un único contenido expresado desde múltiples ángulos: impactar, sorprender, incomodar, molestar. A tal objeto, el estilo *punk* genera todo un mundo de fantasía coronado por auténticas crestas: cabellos disparados (untados con gel o vaselina) y teñidos, así como un sinfín de símbolos de ideologías diversas: cruces cristianas, cruces gamadas, objetos sadomasoquistas de todo tipo; agujeros de la nariz y orejas. Las cadenas colgaban bien como anillo de la nariz o como arete. Manos, brazos, torsos, órganos sexuales e incluso caras, aparecían adornados con tatuajes.

Una búsqueda constante de lo feo y de lo sucio que, sin embargo, para los punks no implica una negación social de lo bello, sino un artificio puramente estético. Y una tendencia al automutilamiento (que llega hasta el suicidio y el homicidio en lo más extremos), para proclamar a gritos su desesperanza. Por ello el *punk* es uno de

*Movimiento artístico que pretende influir en la sociedad. Y, para ello, utiliza los mismos códigos del lenguaje visual que la propia sociedad maneja y le son familiares. Se sirven del reciclaje de elementos gráficos extraídos de los medios de comunicación masivos

⁵⁵ Op. Cit. COSTA, Pere-Oriol et al. .P. 68

los pocos movimientos que puede integrar una completa polarización entre sus filas, desde el nazi radical hasta el extremista de izquierda. El eclecticismo estético es también ideológico, global, radical.⁵⁶

Además de la peculiar estética que distingue a los *punks* de los grupos recargada hasta el exceso en su modo extremo de parodiar la sociedad de consumo, el otro elemento que constituye la singularidad de este grupo frente a los demás es su relación con los Sex Pistols. El punk rock nace y se va desarrollando de modo alternativo a los circuitos comerciales. Pero, al margen de que la calidad de los Sex Pistols probablemente fue superior a la de los otros conjuntos musicales punk, la sociedad de consumo vio en la explotación comercial de los Sex Pistols fuente de ingresos nada despreciable, y la moral y el orden dominar centraron en ellos un modo eficaz de exorcizar a los diablos sociales. En definitiva, una vía de catarsis.

⁵⁶ *Ibíd.* P. 69.

CAPÍTULO 3. LA ENTREVISTA BIOGRÁFICA COMO TÉCNICA PARA IDENTIFICAR LA IDENTIDAD COLECTIVA. LA REMINISCENCIA DE UNA VIDA.

La base de nuestra naturaleza como seres humanos sociales y la de nuestra cultura que expresa esta naturaleza dan lugar a una relación dialéctica entre nuestras tendencias expresivas (el deseo de expresarnos a través de nuestros propios actos) y las exigencias de racionalidad (para poder acomodarnos a un mundo exterior que existe fuera e independiente de nosotros). La entrevista profunda busca descubrir esta relación dialéctica, esta negociación cotidiana entre aspiración y posibilidad, entre utopía y realidad, entre creación y aceptación, y por eso sus datos provienen de la vida cotidiana, del sentido común, de las explicaciones y reconstrucciones que el individuo efectúa para vivir y sobrevivir diariamente.⁵⁷

Solo captando los procesos y los modos como los individuos captan y crean su vida social, podremos captar el significado subjetivo que las cosas poseen para ellos. De ahí que la entrevista profunda, al buscar este sentido subjetivo, adopte un planteamiento de interpretar significados más que de encontrar causalidades. Al igual que cuando el investigador intenta reconstruir, mediante entrevista, el mapa cognitivo de un individuo parte de una serie de supuestos previos y utiliza unos criterios de trabajo en la construcción de entrevista profunda de un individuo se parte de un conjunto de criterios y supuestos que deben estar claramente explicados en la mente del investigador.

Cada uno de los actores sociales cuenta con una historia personal que es única e irrepetible y que relata una dimensión más profunda y personal de la vida del actor aludido, que incluso tiene un carácter de confesión. Esta narrativa biográfica avanza de manera progresiva de los estratos más superficiales de la vida del actor hasta los

⁵⁷ BUCHMANN, Marlis. *The Script of Live*. P. 15.

niveles más íntimos de las relaciones sociales.⁵⁸

A veces se requiere conocer en forma más detallada diversos acontecimientos y situaciones que han ocurrido a lo largo de la vida de un sujeto o de varios sujetos y así generar información para analizar el proceso de vida de los individuos en su relación con el proceso social donde se desenvuelven.

Las ciencias sociales recurren a la entrevista profunda no solo interesadas por la información que ésta puede proporcionar acerca de un sujeto, sino que buscan expresar, a través del relato de una vida, problemáticas y temas de la sociedad, o de un sector de esta. Hablar de la vida de una persona significa mostrar las sociabilidades en la que esta persona está inserta, y que contribuye a generar con sus acciones; es hablar de las familias, de los grupos sociales, de las instituciones a las que está ligada, y que forman parte de la experiencia de vida del sujeto.

3.1 Definición

La entrevista profunda no es simplemente el relato de una persona hacia otra con la intención de una confidencia, se trata de una reconstrucción simbólica de los hechos ocurridos que tratan, algunas veces de hacer coincidir tanto las expectativas de quien cuenta con el proyecto de vida, como con la moral corriente de la colectividad a la que pertenece, llegando incluso a censurar situaciones que pudieran estar más allá de esta lógica o bien que pudieran ser traumáticas.

“La entrevista profunda, que sustituye a las entrevistas tradicionales es una técnica en la cual interactúan dos sujetos: un sujeto entrevistador y un sujeto entrevistado, ambos activos, y en la cual el primero proporciona sus conocimientos, unos objetivos y un análisis; y el segundo, un conocimiento vivencial, participando ambos en la construcción del recuerdo” .⁵⁹

⁵⁸ GIMÉNEZ, Gilberto. *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. P. 57.

⁵⁹ MONTERO, Maritza. *Memoria e ideología. Historias de vida: Memoria individual y colectiva*. Revista Acta Sociológica. P. 13.

Las entrevistas profundas permiten abarcar un tiempo mayor, el devenir histórico del individuo, lo que posibilita conocer en forma más precisa datos o hechos importantes o inéditos que vivió el entrevistado o que conoció de cerca, por lo que su testimonio resulta relevante para el análisis de los mismos.

“En esta técnica el sujeto protagonista puede regresar a sus recuerdos, retomar hechos ya relatados, corregirlos, ilustrarlos, saltar de una etapa a otra de su vida en una periodización propia, detenerse en algunos aspectos y apresurarse en otros. Y a su vez el sujeto investigador puede pedir al informante que se devuelva en su recuento para retomar un punto, un hecho, una etapa, o preguntarle directamente sobre algo en lo que el sujeto participó o fue testigo; puede señalar disparidades e indagar sobre ellas y finalmente al transcribir cada recuento debe someterlo a la inspección del protagonista, quien tiene el derecho de modificarlo” .⁶⁰

Información y experiencias que poseen los entrevistados permite al investigador un acercamiento a ciertos hechos o situaciones del pasado que de otra forma quedarían olvidados o aislados de los recuerdos del sujeto. Estos hechos no aparecen por lo general en las historias oficiales o conocidas y no por ello resultan irrelevantes ya que ayudan a la mejor comprensión de la historia de un pueblo o grupo específico. Las entrevistas profundas tienen la virtud además, de motivar al lector para que busque en otras fuentes documentales ampliar sus conocimientos sobre las situaciones o fenómenos descritos por el personaje entrevistado.

La entrevista profunda es una técnica de carácter esencialmente cualitativo, es decir, que no reduce los datos a términos numéricos cuantificables, si bien las posibilidades de cuantificación no están reñidas con ella, ya que busca recuperar el desarrollo de lo cotidiano individual, inserto en lo histórico social y cultural.

La entrevista profunda consiste en una lucha por equilibrar estas dos series de teorías explicativas: la del propio sujeto y la del entrevistador, de manera que se alcance un balance entre las teorías supuestamente válidas del investigador y las explicaciones reales del sujeto. El contenido básico de una entrevista profunda abarca 3 puntos:

⁶⁰ Ibíd. P. 14.

1. Las dimensiones básicas de su vida: biológica, cultural, social.
2. Los puntos de inflexión o eventos cruciales en los que el sujeto altera drásticamente sus roles habituales, se enfrenta a una nueva situación o cambia de contexto social.
3. Los procesos de adaptación y desarrollo a los cambios, que se suceden en el proceso de su vida.⁶¹

Para asegurar la mejor utilización del potencial interpretativo de que es capaz una buena entrevista profunda es necesario aplicar una serie de criterios para determinar la adecuación descriptiva del investigador al establecer su interacción social con el entrevistado.

3.2 Procedimiento. Construcción de la entrevista profunda.

Siguiendo a Ruiz Olabuénaga se puede decir que en la entrevista profunda, una persona refiere en un largo relato el desarrollo de su vida desde su propio punto de vista y en sus propios términos. El entrevistador va desgranando mediante entrevistas, redacciones propias, visitas a escenarios diversos, entrevistas a familiares o amigos, fotografías o cartas; los episodios o etapas de su vida.⁶²

Las entrevistas profundas contienen una descripción de los acontecimientos y experiencias importantes de la vida de una persona o alguna parte principal de ella, en las propias palabras del protagonista. En la construcción de la entrevista profunda, el análisis consiste en un proceso de compaginación y reunión del relato, de modo tal que el resultado capte los sentimientos, modos de ver y perspectivas de la persona. Como documento sociológico, la entrevista profunda debe iluminar los rasgos sociales significativos de los hechos que narra. Al reunir la entrevista profunda, se trata de identificar las etapas y periodos críticos que dan forma a las

⁶¹ RUIZ Olabuénaga, José Ignacio. *Metodología de la Investigación Cualitativa*. P. 76

⁶² *Ibíd.* P. 78.

definiciones y perspectivas del protagonista.⁶³

Los análisis en la investigación cualitativa⁶⁴ comienzan con el conocimiento íntimo de los datos. Se deben leer todas las transcripciones, notas, documentos y otros datos. Identificar las principales etapas, los principales acontecimientos y las principales experiencias de la vida de la persona. La entrevista profunda se elabora codificando y separando los datos de acuerdo con aquellas etapas. Cada periodo se convierte en un capítulo o sección.

En la entrevista profunda, una persona refiere en un largo relato el desarrollo de su vida desde su propio punto de vista y en sus propios términos. Espontáneamente o guiado por un entrevistador, el sujeto va relatando en una serie de visitas a escenarios diversos, entrevistas a familiares o amigos, fotografías o incluso música, cine y costumbres diversas. Se trata de un relato subjetivo que refleja fielmente la manera en que el sujeto ha vivido determinados hechos.

Una entrevista profunda puede elaborarse sobre la base de un documento escrito por el propio sujeto (autobiografía, unas memorias, un diario), pero no corresponde a la metodología en la que el investigador interviene directamente en el relato. Sólo captando los procesos y los modos en los que los individuos captan y crean su vida social, podremos captar el significado subjetivo que las cosas poseen para ellos. El investigador sabe que cada persona cuenta y echa mano de una teoría implícita para explicar sus propios comportamientos y actos, y sabe también que él mismo, como investigador, recurre a teorías explícitas en la entrevista.⁶⁵

Dado que la narración del sujeto protagonista no es suficiente para aclarar las motivaciones y la narrativa que ha determinado su conducta a lo largo de toda la

⁶³ TAYLOR S.J. y R. Bogdan. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. P. 174.

⁶⁴ La investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura por lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular (Dr. Lamberto Vera Vélez, Universidad Interamericana de Puerto Rico).

⁶⁵ FLORES García, Georgina. *La historia de vida y el diagnóstico de necesidades*. P. 5.

vida, se debe imponer un proceso de negociación que enriquezca y complete la introspección del sujeto incapaz de recordar las normas y significados que le son inconscientes. En este proceso se enfrentan y cooperan la experiencia personal y el marco interpretativo teórico del investigador, para captar, extraer y sistematizar en conjunto el sentido de la autobiografía. El objeto de esta negociación es ampliar en el sujeto el conocimiento de su propia forma vital.

La contraparte que escucha y comparte la entrevista profunda puede validar o incluso reconfigurar la biografía para darle el sentido que le parezca correcto y necesario. Incluso puede tomar fragmentos de la narrativa para reinterpretarla o reconfigurarla y hasta condenarla o rechazarla.

En una entrevista profunda es muy complicado abordar todos y cada uno los datos, dado que algunos relatos y temas no son pertinentes de acuerdo a los intereses de la investigación por lo que pueden ser ignorados. No obstante, se debe tratar de incluir todos los datos que puedan modificar cualquier interpretación de la vida y experiencias del protagonista. El paso final consiste en compaginar los relatos de las experiencias para producir un resultado coherente, debido a que no todas las personas tienen la misma capacidad para expresarse con claridad, diferentes relatos exigirán distintos esfuerzos de compaginación.

Como regla, la entrevista profunda debe resultar legible sin que se hayan atribuido al protagonista cosas que no dijo o cambiado el significado de sus palabras. Se pueden omitir frases y palabras repetitivas, pero corresponde reflejar las pautas expresivas características, las construcciones gramaticales y la mala pronunciación. Habrá que agregar pasajes y frases de conexión para hacer inteligibles las palabras del relato. A veces las preguntas del investigador se incorporan a las respuestas del protagonista. En la mayor parte de las historias de vida, los comentarios e interpretaciones del investigador quedan relegados a la introducción o a la conclusión.⁶⁶

⁶⁶ Op. Cit. TAYLOR S.J. y BOGDAN, R. P. 176.

3.2.1 El análisis de los datos:

Como señala Buchmann, la vida de una persona puede ser descrita como una "progresión en el tiempo y el espacio social. La entrevista profunda puede ser analizada en dos dimensiones:

1.- Desde la perspectiva macro sociológica, la cuestión es cómo la sociedad construye, organiza y define el curso de las vidas individuales. La vida individual es concebida como una institucionalización del curso vital a base de una serie de reglas que organizan la progresión vitalicia del sujeto a través del espacio y del tiempo, como una secuencia de estatus y de roles sucesivamente ocupadas por el individuo.

2.- Desde la perspectiva micro sociológica, la cuestión es cómo el individuo percibe, evalúa y desarrolla su vida. El curso vital es concebido como una secuencia de hechos, de posiciones y de papeles sociales, más desde el punto de vista de las perspectivas y de las estrategias que el sujeto ve y pone en práctica.⁶⁷

El contenido básico de una entrevista profunda es abarcado en tres apartados:

- a) Las dimensiones básicas de su vida. Las dimensiones básicas son otros tantos ámbitos de acción para el individuo, tales como la dimensión biológica, cultural o social.
- b) Los puntos de inflexión o eventos cruciales en que los que el sujeto altera drásticamente sus roles habituales, o se enfrenta a una nueva situación o cambia de contexto social.
- c) Los procesos de adaptación y desarrollo a los cambios, lentos o rápidos, que van sucediendo en el proceso de su vida.⁶⁸

⁶⁷ Op. Cit. BUCHMANN, Marlis. P. 15.

⁶⁸ VALLES, Miguel. *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. P. 9.

3.2.2 Técnica.

Los criterios y presupuestos descritos al exponer la técnica de las entrevistas profundas propuestos por Rom Harré, y retomado por Bernabe Saravia, indican que:

- En la autobiografía asistida el relato es construido y la entrevista profunda es reconstruida en duplicidad del autor y el investigador.
- La realización de la entrevista profunda requiere que le propio sujeto relate su carrera vital, y requiere igualmente que le investigador aporte una réplica prefabricada que sirva para organizar la simulación de la realidad efectuada por sujeto.
- El autor carece de una incapacidad intrínseca y de una inconsistencia básica que le impiden captar e interpretar todos los elementos que estructuran su vida personal a lo largo del tiempo. El investigador por su parte, aporta una réplica teórica que transforma al sujeto en "relator competente" .
- El investigador aporta interpretaciones que solo pueden ser consideradas aceptables cuando el propio sujeto las apruebe como reales. La réplica científica es siempre una hipótesis que prefigura un modelo en el cual encaja la simulación relatada por el sujeto.⁶⁹

3.3 Utilidad

A través de esta entrevista profunda se construye y se reconstruye la visión que el actor tiene sobre sí mismo, se retoman y configuran ciertos actos y evidencias del pasado para darles un sentido que tiene validez de decir quien en realidad soy yo frente al otro. Y, así mismo, sirve para que el otro reconozca una serie de atributos

⁶⁹ Op. Cit. BUCHMANN, Marlis. P. 19.

reflejados en una historia particular.⁷⁰

Los elementos de la distinguibilidad aquí expuestos refieren tanto a una configuración de aspectos personales que tienen como fin permanecer en la colectividad o bien negociar ante el otro que la historia personal coincide con los proyectos de vida que el actor mismo se ha planteado. Es obvio que, en cuanto vive en sociedad, el actor social configura este proyecto de acuerdo a los valores éticos, estéticos y filosóficos que predominan en el grupo del cual es parte.

Estas características refieren también una negociación del actor tanto consigo mismo en la medida en que se adapta o rechaza el orden previamente establecido y pertenece a una serie de grupos o colectividades que lo afirman o rechazan como miembro; también implica una lucha por el reconocimiento ante el otro, como perteneciente a un determinado colectivo que tiene reglas morales definidas, como un actor que tiene una serie de atributos socioeconómicos, geográficos, demagógicos e incluso biológicos; y como portador de una historia particular que habla de él como un individuo diferente a los demás.

En la reconstrucción de la dialéctica individuo-ambiente desde la perspectiva de la persona, con todas las peculiaridades e interpretaciones que puede asumir para el objeto y que en términos cuantitativos podrían ser considerados como "distorsiones" o "subjetividad" pues justamente lo que esta técnica rescata es la existencia real de la subjetividad, que deja de estar presente en todos los actos humanos. Y, en este sentido, al reconocer lo subjetivo otorga un verdadero carácter objetivo a sus datos.⁷¹

El uso de la entrevista profunda en una investigación está justificado por cuatro objetivos:

1. Captar bien la totalidad de una experiencia biográfica, totalidad en el tiempo y el espacio, desde la infancia hasta el presente, desde el yo íntimo hasta todos los que están en relación significativa con la vida de una persona,

⁷⁰ Op. Cit. GIMÉNEZ, Gilberto. P. 57.

⁷¹ *Ibíd.* P. 61.

incluye las necesidades fisiológicas, la red familiar y las relaciones de amistad; la definición personal de la situación, el cambio personal y el cambio de la sociedad, los momentos críticos, etc.

2. Captar la ambigüedad y cambio: lejos de una visión estática e inmóvil de las personas y de un proceso vital lógico y racional, la entrevista profunda intenta descubrir todos y cada uno de los cambios por los que a lo largo de ella se experimentan.
3. Captar la visión subjetiva con la que uno se ve así mismo y al mundo, cómo interpreta su conducta y la de los demás, cómo atribuye méritos e impugna responsabilidades a sí mismo y a los otros. Esta visión subjetiva revela la negociación que toda vida requiere entre las tendencias expresivas de la persona y las exigencias de racionalidad para acomodarse al mundo exterior.
4. Descubrir las claves de interpretación de algunos fenómenos sociales de ámbito general e histórico que sólo encuentran explicación adecuada a través de la experiencia personal de los individuos.⁷²

En este contexto es posible lograr comprender la utilidad del recurso de una autobiografía asistida, esto es, la reconstrucción de la carrera moral del sujeto en cuestión, por medio de las siguientes fases:

- a) La autobiografía: el protagonista prepara un relato autobiográfico en el que reconstruye sucesos, etapas y desarrollo de su historia personal. Cuanto más extenso sea este relato, el análisis será más productivo. El protagonista ordena y jerarquiza, acorta o enriquece, el contenido de su relato sin ningún tipo de coerción o de imposición exterior.
- b) La segmentación temporal: consiste en fragmentar el relato en fases o momentos cronológicos de la biografía, cada uno de estos cortes temporales equivale a una fase distinta en la vida del protagonista. Es el

⁷² Op. Cit. TAYLOR S.J. y BOGDAN, R. P. 280.

relato mismo el que da la pauta para identificar estas fases con base en su contenido.

- c) La segmentación temática: el relato es fragmentado temáticamente en cortes tales como el trabajo, la educación, las costumbres, etc.
- d) Reconstrucción: se basa en retomar el contenido de las fases para reconstruir el resto de la biografía, cuyas líneas principales son:

-Marco macro sociológico:

1. Perspectiva temporal.
2. Ecología social.
3. Condiciones socioeconómicas de vida.

- Pautas psicosociológicas:

1. Familia y grupos.
2. Pautas culturales de valores, normas, roles y expectativas.
3. Situación institucional.

- Características individuales: sí mismo y personalidad

1. Auto descripciones e interpretaciones.
2. Intereses, actividades ocupacionales y de tiempo libre.
3. Fines, aspiraciones y conflictos.

- e) El relato consensuado: consiste en elaborar un texto consensuado en el que, sin recurrir a estadísticas ni análisis cuantitativos, se condensen los temas contenidos en el relato inicial, que indiquen las lagunas y ausencias y se indaguen en las razones de tales omisiones.⁷³

El relato final negociado, enfrentado y contrastado resume los relatos parciales, interpreta y da significado a la carrera moral plasmada en la autobiografía asistida es, de todas las técnicas, la que probablemente adopta con mayor racionalidad el

⁷³ Ibíd. P. 281.

postulado del constructivismo simbólico de que el significado relatado debe ser resultado de un pacto de interacción entre el protagonista y el autor investigador.

CAPÍTULO 4. LOS SELLOS DE LA SUBCULTURA *HIPSTER*

4.1 La muestra

Con la finalidad de tener una selección de casos de la subcultura *hipster* se identificaron los principales ámbitos de la cultura en la que estos jóvenes tienen una activa participación, estos ámbitos fueron: música, diseño, moda y cine; con cada uno de ellos se realizaron entrevistas profundas para conocer su historia de vida. Todos han realizado obras que son un claro ejemplo de los productos culturales producidos y consumidos por y para *hipsters*.

Para seleccionar a los *hipsters* entrevistados en las áreas de diseño y moda se tomó como punto de referencia el Bazar Fusión que es un espacio en el que los diseñadores independientes exhiben y venden sus creaciones, este lugar es frecuentado no solo por diseñadores sino por toda la escena independiente de la ciudad de México.

En cuanto a la escena musical se monitoreó cuáles eran los grupos y cantantes mexicanos que tenían una actividad importante y constante en las estaciones de radio Reactor 105 (105.7 Radio Pública) e Ibero 90.9 enfocadas a dar a conocer nuevas propuestas. Además se hizo un recorrido por los principales foros culturales alternativos como Foro Hilvana, Foro Alicia, Corredor cultural Roma-Condesa y algunos bares como Pasagüero o El Imperial; fue así como se eligió al grupo Los Marty para la entrevista.

Por último, para el rubro de Cine se realizó una investigación en el CUEC buscando jóvenes cineastas que tuvieran una importante presencia en los festivales y proyectos que representaran la ideología *hipster*, fue así como Alberto Reséndiz fue la persona que mejor pudo plasmar las características del *hipster* planteadas en esta investigación. Fue así como el diseño, moda, cine y música fueron representados

por estos *hipsters* que con todo detalle hablaron de su *habitus*, estilo de vida, prácticas culturales y productos culturales.

4.2 La metodología

Con la finalidad de explicar la ideología *hipster* a través de su principal característica: el consumo consciente, se utilizó la entrevista profunda como método de análisis pues es el que mejor permite conocer las principales características de una persona y comprender así el porqué de sus usos, costumbres y estilo de vida.

Para lo anterior se tomaron como base 4 categorías: estilo de vida, *habitus*, productos culturales y prácticas culturales. Para facilitar la comprensión de la subcultura *hipster*, el contenido de las entrevistas fue clasificado de acuerdo a estas categorías para poder así llegar a una conclusión final.

A continuación se mencionan en qué consisten estas categorías:

El **estilo de vida** permite conocer la forma en que se ha desarrollado la vida de un *hipster*, desde sus actitudes, valores, educación, costumbres, actividades cotidianas, pasatiempos e influencias; es decir, los aspectos que rigen su vida.

También se entiende como la forma general de vida basada en la interpretación entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales. Es decir, es la forma de vida que se basa en patrones de comportamiento identificables, determinados por la interacción entre las características personales individuales, las interacciones sociales y las condiciones de vida socioeconómicas y ambientales.

El ***habitus*** es la relación entre estructura social con las prácticas sociales que los agentes desarrollan. Cuando actuamos, no siempre necesitamos planearnos en

forma consciente ni lo que hacemos ni porque lo hacemos, es un generador de determinadas prácticas y a su vez el resultado de la incorporación de ciertos productos culturales.

El *habitus* nos indica ¿Cómo? Es que el ambiente que rodea a un *hipster* influye y determina de manera consciente o inconsciente sus gustos, costumbres, actitudes y sobre todo su personalidad.

Los **productos culturales** están directamente relacionados con la preferencia, influencia y consumo de ciertas expresiones artísticas tales como música, cine o literatura.

Las **prácticas culturales** involucran la conducta de dos o más individuos interactuando, dicha conducta, entra en relaciones funcionales que forman parte del nivel cultural, es decir, son todas aquellas actividades que una persona realiza y le proporcionan un sentido de pertenencia e identidad.

4.3.1 MÚSICA



ENTREVISTA REALIZADA A BOGARD, INTEGRANTE DEL GRUPO INDEPENDIENTE LOS MARTY, MÚSICO *HIPSTER*

<p>Nombre: Bogard</p> <p>Ocupación: estudiante de música en Bellas Artes e integrante del grupo independiente Los Marty</p> <p>Edad: 25 años</p> <p>Descripción: Cabello desaliñado pero limpio, medianamente largo, jeans color gris, deslavados, corte skin, tenis Converse, playera roja de algodón estampada, back pack tipo mensajero para guardar sus partituras.</p> <p>Lugar de reunión: Además de ser su hogar también es estudio de ensayos.</p>	<p>Descripción</p>
--	--------------------

<p>Como ya llevábamos algún tiempo ensayando con la banda decidimos <u>grabar un demo</u> con el nombre de Meteoro, que participó en el concurso “Rastreo de bandas” organizado por la estación Órbita, ahí ganamos el primer lugar, con este demo comenzamos a sonar en la radio. El cambio fue muy drástico, pasamos de tocar para 10 personas en un bar a tocar en el Palacio de los Deportes para 7 mil personas, fue un cambio muy radical.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>A partir de ahí empezaron a pasar muchas cosas: <u>teníamos tocadas más grandes en el DF y otras partes de la República</u>, empezamos a tocar con bandas más consolidadas como Zoé, Dildo y Los Babasónicos; sin embargo, mi banda y yo aún no nos sentíamos tan preparados hablando de la cuestión creativa, aun nos daba miedo experimentar con cosas nuevas.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Sin duda los <u>concursos</u> nos han ayudado mucho a <u>darnos a conocer</u> pero el proceso ha sido lento. Después del “Rastreo de Bandas” concursamos en el Rockcampeonato organizado por Telcel en 2005 en el cual ganamos el tercer lugar a nivel nacional, ahí la competencia fue muy reñida pero nuestras canciones tuvieron muy buena aceptación.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>Después de eso decidimos tocar en forma y prepararnos</u> para otro concurso que fue la Zona de Combate transmitido en MTV, el cual ganamos, hasta ese momento sentimos que teníamos la madurez suficiente para grabar un disco, en todos los concursos participamos con material original. De hecho tuvimos una junta con BMG pero la verdad es que todavía</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>estábamos super verdes.</p> <p>De repente covereamos bandas pero solo en vivo, para el álbum nuevo hicimos un cover, más bien como un tributo para una banda de Ecuador que se llama Mama Vulva, pero es la única cosa, hay la discografía oficial. <u>Tanto Roy, Ozz y yo componemos</u> y de hecho en el nuevo disco hay más diversidad en la composición, desde que entramos en los concursos nos caracterizábamos por hacer nuestra música y a la gente le llamaba mucho la atención y tal vez por eso teníamos buenos resultados.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>Antes de llegar a la disquera hicimos un EP,</u> o sea una grabación profesional y lo vendíamos así en las tocaditas, de hecho nosotros lo imprimíamos, o sea así súper independiente.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>En el arte, también en el disco Historia de un Cowboy nos echaron la mano unos cuates que se llaman Bardo y Miguel <u>y ellos nos apoyaron en el arte, siempre como que nos rodeamos de talentos locales,</u> de hecho se generó una escena muy importante de rock and roll y nosotros fuimos como precursores, ahora hay muchas de bandas. Antes también el problema era que tocabas originales y entonces no había mucho espacio, en los bares era: o tocas cover o no tocas, porque si tocas originales aburres a la gente; y nos pagaban con chelas y ya se fue abriendo más ese espacio.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Ya cuando sacamos <u>el disco Historia de un Cowboy fue editado con una disquera,</u> y pues hubo distribución en tiendas y pues hubo como más presupuesto por parte de la disquera para la gente que trabajaba con nosotros,</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>pero antes no, pues era así como de paro ¿no? Y cuando hicimos ese EP llego a manos de <u>Iguana Records (disquera independiente)</u> que fueron los que nos editaron el disco.</p>	<p>Productos Culturales</p>
<p>Nuestro manager antes era de Los Daniels, ya había acercamiento de la disquera y su director estaba buscando nuevas propuestas, entonces después del concurso nos juntamos a platicar y le pareció bien, nos pareció bien, y <u>llegamos a un acuerdo, ese concurso que nos dio acercamiento</u> porque ya habíamos ido a Iguana y a Reactor (105.7 fm) y Rulo (locutor de dicha estación) nos dijo que si queríamos el apoyo de la estación debíamos llevar más producción y que le entráramos a hacer un disco que sonara bien; nuestro EP no sonaba nada mal pero quería algo más profesional. El EP nos dio una preparación a lo que fue el disco, para grabar el primer disco pasaron casi 6 años, aunque el EP fue un intento fallido de hacer nuestro primer disco, tenía 11 canciones.</p>	<p>Habitus</p>
<p>Con nuestro <u>primer disco llegamos a Reactor (estación de radio pública)</u>, les mostramos nuestro sencillo y les gusto, no nos pusieron restricciones, nos recibieron muy bien y le dieron mucho apoyo, tuvimos 3 sencillos en la radio, el primero estuvo 4 meses, después "Sabes" también estuvo como 4 meses, es una canción que va muy bien con las chicas pero en realidad la que creo que mas tocaron fue "Italia, quedó en el lugar 34 del conteo anual de las mejores canciones de Reactor 105.</p>	<p>Productos Culturales</p>
<p><u>Después tocamos en el Vive Latino del año pasado y nos fue muy bien.</u> En este Vive Latino 2010 no tocamos por creímos que era mucho mejor esperar y estamos</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>enfocados en el nuevo disco y el lanzamiento del primer sencillo, esperamos que en próximo nos vaya muy bien, hay un par de propuestas independientes y transnacionales, en realidad todo puede suceder, pero el sencillo ya sale en estos días a más tardar el fin de mes.</p>	
<p>Este disco no tiene una influencia tan clara, son las de toda la vida, a nosotros nos gustan mucho los <u>Beatles</u>, pero a mi parecer, todo lo que escucho influye un poco en mi música, mucha gente se pregunta qué es lo que influencia a las bandas y más bien lo que buscamos es ser auténticos y hacer las cosas que no suenen a otra bandas. Por ejemplo me encantan los discos de <u>The Gossip, The Verve, The Arcade Fire, Bloc Party y Beck, The Vines, Sonicyouth, Animal Collective y mexicanos Helloseahorse, Zoé, Austin TV, DLD.</u></p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Productos Culturales</p>
<p>Después de 7 años empezamos a tener un sello distintivo, se da natural, hay cosas que en el disco pasado todavía sonaba a otras bandas, pero creo que en este disco ya suena más a nosotros que a otro grupo, definitivamente las influencias siempre van a estar pero son influencias de tus gustos musicales, pero lo que plasmas en el disco es como tu propio sello. Admiramos mucho a los <u>Strokes</u>, han sido una banda que ha marcado pautas, definitivamente como te decía soy fan de los Beatles, pero hay bandas que han marcado pautas como <u>The Rapture, Silversun Pickups, Arcade Fire, Clap your Hands say Yeah y los Yeah, Yeah, Yeahs.</u></p>	<p>Productos Culturales</p>
<p>Los fines de semana que tengo libres me gusta ir a foros como <u>el foro Alicia a escuchar nuevas propuestas</u>, saber qué están haciendo otros músicos y en varias ocasiones hemos intercambiado nuestros discos, así otras</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

personas conocen mi música y yo la de ellos, en ese tipo de lugares hay mucha retroalimentación.

Estoy consciente de que ser un músico independiente es difícil, a veces estás arriba y a veces abajo, afortunadamente pasaron cosas muy buenas con el primer disco, no las suficientes, y creo que con el segundo disco viene nuestra consolidación, se nos toma en cuenta de una manera diferente que no pasaba antes, por ejemplo, Zoé con el segundo disco, que ya les iba bien y hubo veces en que tuvo que cancelar presentaciones porque por ejemplo no había iluminación, entonces, este negocio es así. Susana, una amiga, también es amiga de ellos y cuenta que ya con el "Rock and Lover" llegaban pidiéndole les invitara una chela, así es este negocio –risas- la gente cree que porque te tocan en la radio ya tienes dinero. Pero al final del día tienes tu recompensa, para mi la recompensa es ser independiente, estoy haciendo lo que me gusta, creo que la gente va a recibir bien este nuevo material.

Nosotros nos esforzamos, siempre estamos buscando mejorar, y eso nos va a dar lo que buscamos, tal vez no este año, tal vez no el siguiente, tal vez no en cinco pero algún día vamos a lograr todo lo que cosechamos, además soy muy joven, tengo apenas 25 años, tenemos nuestro segundo disco que es un gran disco, nos hemos preocupado por hacer las cosas bien. Díd que hoy les está yendo bien, editaron su primer disco y todos tenían 30 años, León (vocalista de Zoé) está cumpliendo más de 40 años, estoy en una buena edad, la mayor parte de los profesionistas empiezan a ganar dinero bien como a los 30 años, si nosotros a los 30 estamos cobrando los 35 mil dólares que cobra Zoé está muy bien.

Estilo de Vida

Estilo de vida

Este movimiento independiente está funcionando porque realmente muy pocas personas son independientes por completo, no toda tu vida quieres ser independiente, cuando vi a Julieta Venegas que salió con tocando para MTV, la odié, pero tenía 17 años, ahora que yo lo sé, lo entiendo, como con Chetes que se volvió *mainstream*, Chetes ya hizo todo lo que tenía que hacer por el rock mexicano y tiene que ganar dinero. Lo independiente es una manera de hacer las cosas, pero ya se puede hacer un disco en cualquier lugar y observa, la calidad ha bajado, somos independientes ahora, pero queremos vivir de la música, yo creo que las cosas se pueden hacer, hay mucha música que no es buena y la gente le está prestando mucha atención y son bandas que están muy infladas, y no son lo que dicen que son.

El capitalismo es lo que quiere que sea el que tiene el poder, buscan y firman una banda independiente y te dicen que el disco ya no vende pero te van a dar toda la infraestructura, pero les tienes que dar el 50% de las ganancias, este control siempre ha existido, lo indie es muy romántico, yo me autodenomino indie, pero si nos llegan y nos dicen que firmemos un contrato que nos convierte en mainstream, claro que lo firmo, gente nos ha comentado que sonamos como rock pop, no somos Molotov ni Control Machete, en este disco estamos experimentando con discos que son más arriesgados ya no entran tanto en el pop, son como más elaboradas, si llega un güey y no pregunta si queremos entrarle acá donde va a haber billete para nosotros y nos vamos a consolidar, pues le vamos a entrar. Creo que el problema que le gusta el R&R es cerrarse, yo soy muy rocker, si me piden hacer un dueto con Wisin y Yandel –

risas- lo haría, o sea son personas que hacen música, he acabado con el intolerante que había dentro de mí, me es difícil hablar mal de otros artistas, creo que estamos haciendo lo suficiente en cuestión musical para dejar una aportación, Zoé, por ejemplo, es mainstream pero no está cantando con Shakira ni con Paulina Rubio, Zoé ha firmado por millones, pero la gente va y compra eso que cree que es.



4.3.2 CINE

ENTREVISTA REALIZADA A ALBERTO RESENDIZ GÓMEZ CINEASTA HIPSTER



Nombre: Alberto Reséndiz Gómez.

Edad: 29 años.

Ocupación: Estudiante del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos.

Descripción: Cabello rizado, medianamente largo, jeans, playera gris estampada, tenis, back pack tipo mensajero y un libro de Luis Espota bajo el brazo.

Lugar de reunión: Cineteca Nacional.

Ha sido nominado al Ariel en 2009 y en otros 11 festivales como Viña del Mar, Chihuahua, San Diego Latino Film Festival, Kinoki, Morelia y el tercer Riviera Maya Underground.

Características

<p>"yo quiero hacer cine" .</p>	
<p>Me inspiro no solo en el cine, creo que en todo el arte <u>hay reminiscencias de la vida personal o de preocupaciones políticas o sociales que te van provocando</u>, hay muchas historias que están basadas en la historias de los directores, bueno, no lo dicen pero es evidente, solo ve los personajes. En mi caso pasa eso, hay intereses específicos que van explorando y siempre <u>hay referencias de la vida personal</u>, a veces hasta estados de ánimo o momentos específicos y eso me va guiando a generar nuevas ideas.</p>	<p>Habitus</p> <p>Habitus</p>
<p>Me gustan los cineastas que le dan mucha importancia a la estética y poética de lo visual" . Por ello inspiran su trabajo directores como <u>Alain Resnais, Christopher Boe, Carlos Reygadas, Gus van Sant, Wong Kar Wai y el documentalista Johan van der Keuken.</u></p>	<p>Productos Culturales</p>
<p><u>A mí me gusta mucho el cine que no está basado en la historia misma porque para eso están los libros</u>, y en realidad el cine y la literatura tienen mucho que ver, también tiene que ver con el teatro: los personajes, la escenografía y esas cuestiones y el ritmo que va teniendo. Yo he tratado de crear un cine que sin que pierda una narrativa, que es necesaria porque si no la gente se aburre y se sale, no esté basada en una serie de hechos en donde a un personaje le pase una cosa y luego otra y luego otra y otra; <u>he tratado de plasmar cosas más sensoriales</u> y mi trabajo está basado en eso, se puede decir que lo que hago es <u>cine alternativo</u>.</p>	<p>Habitus</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Productos culturales</p>
<p>Hago <u>documental de creación</u>, donde hay un juego con la poética y el tratamiento de los temas. No vemos a un</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

personaje y una serie de opiniones en torno a él. En Réquiem, entre el ensayo visual y el documental, intento reconstruir emociones basándome en imágenes y sonidos. Hay una narrativa pero no es lo más importante.

Cuando entras a la escuela de cine todo el tiempo estás practicando en ejercicios más básicos de lenguaje cinematográfico y a final de año hacen un ejercicio que le llaman de expresión personal y que tiene como características: primero debe durar 5 minutos y que no hayan diálogos, así fue como yo hice mi primer corto de manera "profesional" porque de hecho ya había hecho otro corto antes y fue por eso que decidí entrar a estudiar cine, se llamaba "Ahora que yo estoy aquí" . Cuando vi las imágenes obtenidas, para mí fue catártico porque me di cuenta que me encantaba y que me quería dedicar a hacer esto (cine); ese fue el punto de quiebre.

Mi segundo corto ya lo hice en el CUEC, que también fue un desastre, porque como todos estamos aprendiendo aun hay muchas fallas, la narrativa no estaba mal pero la fotografía que me hicieron, porque entre compañeros nos ayudamos, fue fatal; entonces era un corto que aunque se hubiera entendido no se veía casi nada. Pero bueno, al final aprendí a ser un poco tolerante con el error del otro porque el cine está hecho de colaboraciones.

Después hice un tercer corto, y luego otro y luego otro, fue hasta "Susurros de Luz" que yo pude controlar todo como yo quería: desde el tema hasta cuestiones técnicas y para mi sorpresa le ha ido muy bien.

La temática del documental "Susurros de Luz" es un fotógrafo ciego toma fotos y le pone braille, entonces se

Prácticas Culturales

Estilo de vida

Habitus

<p>crea una cosa de metalenguaje muy interesante porque la gente que puede ver y sabe braille puede ver una foto y leer lo que dice el braille y crear nuevas formas de experimentación en la lectura.</p>	
<p>La verdad es que este <u>documental (Susurros de luz) empezó como un proyecto muy intelectual.</u> Pensé: lo hago, lo filmo; la verdad es que no tenía ni idea de cómo lo iba a editar y cuando estaba empezando a editar, encontré la estructura idónea para lo que quería expresar y quedó un <u>documental muy poético y conmovedor.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Productos culturales</p>
<p>Recuerdo que en la primera exhibición pública la gente se conmovía y lloraba, cuando platicaba con ellos me decían: oye, me moviste las fibras porque yo que tengo la vista no hago tantas cosas como ese señor. Yo no pretendía eso, lo que yo buscaba era una experimentación con el metalenguaje, y ahí entendí que uno hace una obra y cada persona la recibe de diferente manera, entonces uno no lo puede controlar ni tienes que hacerlo.</p>	
<p>Yo <u>hago una obra que me llene artísticamente</u> y la pongo y la gente la ve e interpreta a su manera, entonces ahí entendí que es importante desarrollar un concepto en un documental que pueda vender pero lo más importante es <u>emocionar</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Afortunadamente con este documental he logrado emocionar a la gente, <u>mi trabajo lo ha visto la gente en muchos países buena parte de Europa, Estados Unidos, Canadá, en muchos festivales,</u> y ha tenido muy buena recepción.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Siendo estudiante del CUEC que es una escuela que tiene</p>	

<p>40 años tiene un departamento de difusión donde manda los trabajos a los festivales, los foros son de todo tipo, desde los más grandes como <u>Cannes hasta muestras muy alternativas como en la Condesa o la Roma.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Nosotros como estudiantes tenemos la libertad de poder difundirlo libremente, por ejemplo hay amigos que me preguntan si pueden <u>subir mi material a internet o proyectarlo en un cineclub,</u> y no tengo ningún problema, al contrario, yo lo que quiero es que <u>mi trabajo se vea.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>La primera vez que participé en un <u>festival</u> fue en el de <u>Guadalajara en 2008</u> y no quedé seleccionado, después viene el de Morelia y ahí fue donde me seleccionan que justo coincidió con que estaba tomando un laboratorio de documental, en la clausura del festival de Morelia cuando mencionan a los premios de Mejor documental y para mi sorpresa ganó el mío.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>A partir de ahí vinieron muchos festivales y muchos premios, la verdad es que siempre está padre que te den premios pero me importa más la <u>reacción de la gente,</u> he tenido la oportunidad de verlo, me meto a la proyección sin que sepan que yo soy el director me siento y voy viendo cómo reaccionan, ya no le pongo atención a la proyección me interesa ver su opinión y afortunadamente sí he arrancado lágrimas y mucha emoción.</p>	<p>Habitus</p>
<p>Después deciden meterlo a concursar para el Ariel que si bien no ganó tuvo muy buena recepción, el simple hecho de estar nominado fue algo muy emocionante por representar al CUEC, a la UNAM porque con los pocos recursos que me dan he podido hacer cosas muy interesantes y alternativas.</p>	

<p>Cuando hice mi <u>servicio social en el Centro de la Imagen me mandaron a un área que se llama Centro de Documentación y manejo de obras,</u> entonces mi chamba del servicio era que me mandaban a las bodegas a revisar el estado de la obra, que no tuviera hongos, que estuviera completa, era bien padre porque <u>me metía horas a las bodegas y veía fotos y fotos,</u> entonces un día encontré una fotos de un fotógrafo que se llamaba <u>Elger Baskarg</u> que es húngaro y ese año estaba haciendo una pequeña exhibición <u>de Gerardo Quiragas y Baskarg,</u> uno era débil visual y el otro era ciego y entonces yo dije “hay cabron” ¿está bien interesante no? Y de ahí se germino la idea pero no crecía, y no crecía, es lo que te decía, hay informaciones que quedan pero luego salen en tu proyecto y lo que paso es que cuanto llego este concurso para hacer este documental en 16 mm., a mi me pareció muy romántico hacer un documental de alguien que hace imágenes pero que no ve, en cine porque antes pudo existir en video, yo sentía que el proyecto no era para hacerlo en video, es una idea romántica del cine y de ahí surgió la idea.</p>	<p>Estilo de Vida</p> <p>Estilo de Vida</p> <p>Productos culturales</p>
<p>Actualmente tengo una <u>casa productora que se llama “Fraguacine”</u> , la financié con otros 2 amigos que también son cineastas, estamos produciendo una película que se llama “Las imágenes Rosas” , yo la produzco y la dirige Luis Sepúlveda. Es una película sobre la resistencia en Guatemala, llevamos tiempo preparándolo, aplicamos para el cine apoyo de IMCINE, nos llevamos lana y estamos desarrollando la idea. <u>Son compañeros míos del CUEC,</u> el CUEC es como una casa grande donde <u>todo mundo se conoce,</u> vas agarrando referencias de la gente porque los ves diario, nunca se nos había ocurrido</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Habitus</p>

<p>juntarnos ni nada, hasta que un día me dijo a principios del 2009, "oye, yo quiero poner una casa productora, ¿Qué onda, le entramos?" y le dije "órale, va" , después me dijo que tenía un prima lejana que se llama Andrea Martínez que es la que hizo "Cosas insignificantes" que estudió cine en California, entonces hicimos Fraguacine.</p>	
<p>Todos <u>los trámites</u> en Hacienda, el acta constitutiva con los notarios, todo <u>lo hemos hecho nosotros</u>. En un año hemos hecho dos películas y las dos en el extranjero, lo que sucede es que podríamos funcionar en un nivel más pequeño, y no estamos cerrados a la idea, pero los proyectos que hemos decidido desarrollar en este año y medio han provocado que si necesitamos más dinero y que nos enfoquemos en buscarlo y lo hemos encontrado, <u>la película</u> de Andrea que hicimos el año pasado <u>se llama "Ciclo"</u> y es un documental sobre su papa y su tío que hace 50 años se fueron en bici a Canadá, entonces nos fuimos a conseguir lana y filmamos la película, 40 días en carretera desde Pachuca hasta Toronto y ellos iban con nosotros, entonces es una película muy emotiva y una experiencia vivida padrísimo , yo siempre le digo a mis cuates que <u>es el sueño de cualquier cineasta hippie</u>, cosas increíbles, te tocan ver cosas bien emotivas .</p>	<p>Habitus</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>
<p>La experiencia era muy emotiva, porque eran dos personas contando su vida a través del viaje, que cuando llegaron a Canadá su vida cambio, se casaron con canadienses y ese tipo de cosas, se quedaron un tiempo a vivir, de pronto nos encontramos dos o tres veces a personajes que los habían conocido hace 50 años, entonces imagínate.</p> <p><u>Muchos medios nos iban siguiendo</u> porque traíamos una</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>campana de que íbamos diciendo “vamos a llegar a Dallas” y la gente nos esperaba, después “vamos a llegar a “San Antonio” , fue padre la experiencia. <u>Había uno que otro hipster que llevaba su grabadora y hacia entrevistas y las subía a internet en su blog o en su podcats.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Por ejemplo, yo <u>estoy muy inmerso en la cultura del internet, la uso todos los días, tengo un facebook, messenger, twitter</u> no tengo claro “este es un hipster” , hay una serie sobre unos nerds, mi hermano la ve y se vota de risa, ya la veo y como que no sé, como que sólo utilizo la tecnología por el trabajo, yo prefiero agarrar un libro o ver una película, siendo muy honestos, no conocía el término, pero ahora que me explicas que es creo que <u>si soy un hipster</u>. En el CUEC ya había oído el término que esos güeyes se decían en broma, pero pensé que tenía que ver con la tendencia total de la tecnología. Bueno, es que la tecnología provoca que todo sea masivo.</p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Estilo de vida</p>
<p>A nivel personal no he usado mucho la tecnología, el CUEC tiene clausulas de que no puedes subir tus cortos y no porque no quieran, sino porque en algunos festivales si ya lo pasaste en internet o en tv automáticamente ya no te aceptan.</p> <p>Es un poco difícil pero bueno, porque al final los materiales que hice yo en la escuela son del CUEC, no son míos, ellos lo van usando como lo crean conveniente, siempre me preguntan, siendo muy honestos, pero ellos deciden. <u>Y en el caso por ejemplo de la película de “Ciclo” fue súper paro porque tenemos una página web donde se veía el recorrido, íbamos subiendo fotografías del rodaje y los medios podían tomar las fotografías que</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>

necesitaban y sabían cuando llegábamos e iban a cubrirnos, llegaban los medios de los tres países, de Toronto y de Chicago llegaron a entrevistarnos y tomar fotos del rodaje, a platicar con los personajes, era una convivencia muy interesante.

Si había unas secuencias que particularmente eran muy difíciles de filmar, entonces si le dábamos atención a los medios, pero llegaba el momento en que yo como asistente de dirección si les decía, "saben que, ya vamos a empezar a grabar" , a veces pueden quedarse sin hacer ruido, a veces pueden quedarse a tomar fotos y a veces no pueden quedarse, entonces los medios, por lo menos los que a nosotros nos tocaron, si fueron muy respetuosos y asumían esa parte del juego ¿no?, si había como todo, había partes muy públicas.

Y entonces de pronto empiezan a llegar muchos latinos, familiares y entonces ellos llegan a manera simbólica de nuevo en bici y entonces había medios que estaban cubriendo la nota, es mas había unos medios que viajaron de Estados Unidos a Toronto nada mas a cubrir el final de la película, estaban nuestras cámaras del rodaje, era como una fiesta bien padre, y luego los familiares de los personajes para el documental, sin que se los pidiéramos, llevaron mariachis y no sé qué tantas cosas, eran músicos que tocaban así como jaranas, entonces imagínate en Times Square.

Además de estudiar en el CUEC y la casa productora también produzco un programa en TV UNAM que se llama Filmoteca, esta que vamos a hacer es la cuarta temporada, ya van 4 años.

Prácticas Culturales

El programa trata de entrevistar a directores si se puede que hayan salido del CUEC, entonces voy, consigo el corto y voy y les digo quiero entrevistarte sobre tu corto, "hay ni me acuerdo" - "no si te acuerdas pero no quieres hablar de eso" , entonces ya, platico con ellos durante una media hora y luego edito ya como el contexto de lo que vas a ver, de donde surgió la idea y eso, lo que esta padre es que no es un choro así de "oh si, cuando Sarkovsy dijo" , no, es más bien así, de que cual fue tu idea, o de "cuando se me acabo el dinero a la mitad del rodaje y estamos comiendo galletas de animalitos" es más simpático y luego ya ves el coro y generalmente si pasa así como que eres más crítico con lo que vas a pasar , porque tampoco puedo estar pasando cualquier cosa, realizo los materiales y elijo 15 cortos y de ahí hago si puedo los 15 programas o por lo menos 13 de estreno que es lo que abarca la temporada común de tv y los transmiten de estreno todos y luego pasan 3, 4 o a veces 6 meses y lo vuelvo a repetir pero ya no como estreno en lo que yo preparo los siguientes.

¿Planes a futuro? bueno, primero acabar la tesis, no quiero que se convierta en una carga, aparte esta padre acabar la tesis, es así como otra cosa ¿no?, quiero escribir un largo, el CUEC tiene un programa de opera prima, la única condición es que cuando apliques hayas terminado el CUEC y yo estoy a punto de acabar, y al acabar mato dos pájaros de un tiro porque hago un corto y me abro la posibilidad de dirigir ahí. Quiero escribir un largo de ficción y uno de documental, estoy a la mitad de la producción de esta película (Las imágenes rosas) y seguramente voy a producir después alguna otra. ¿Sabes? Me voy a Serbia en julio o agosto a dirigir un documental y pues ya, no sé, claro que queremos hacer muchas cosas,

Prácticas Culturales

Prácticas Culturales

Prácticas Culturales

<p>lo estamos reconsiderando, la neta es que el tener un ingreso me ayuda a hacer otras cosas.</p>	
<p><u>Mis ingresos provienen de mi chamba en TV UNAM, de la película,</u> es que yo no tengo familia que mantener, con que yo me pague mis gustitos, no soy una persona que gaste mucho en ropa, ni viajes, <u>con que tenga pilas de libros, me puedo pasar feliz leyendo horas y horas durante días, viajar de vez en cuando a Oaxaca a ver a mis amigos,</u> puedo decir que llevo una vida pasiva, pero la gente de mi edad, se la pasan en el revén, creo que al último reven que fui fue hace como dos años, como que no me prende estar como en grupos muy amplios de gente, entonces no gasto mucho y lo que voy ganando pues lo junto porque en el freelance pasa eso, tienes mucha chamba y mucha lana y luego no te cae nada, y como que ya aprendí esa lección y como que cuando puedo juntar un poco de lana pues la junto porque no me gusta estarme tronando los dedos, como que es angustiante, si tengo lana para entrar al cine hoy me meto y si no pues no, me pongo a chatear o a leer.</p>	<p>Estilo de Vida</p> <p>Estilo de Vida</p>
<p>Para divertirme, los únicos lugares que frecuento son <u>cineclubs y la Cineteca,</u> soy mucho de ir con amigos, pero en grupos pequeños, tal vez a un <u>bar,</u> y no a escuchar trova, <u>a salir a reuniones de cuates solo a platicar, lo que esta padre es que el medio es que puedes platicar con gente de proyectos y hablar sobre tal tendencia artística o tal película o situación política,</u> si sucede, porque yo a veces lo veía en la películas o en los poetas franceses del siglo XIX que se juntaban en café y yo decía “si güey” pero si pasa, de alguna manera el medio te provoca que se dé el constante intercambio de ideas.</p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Productos Culturales</p>

<p>En cuanto a la política me deprime mi país, de verdad, te diría que era de izquierda, pero si por izquierda entendemos el PRD, no soy de izquierda, no soy de nada, <u>soy apolítico</u> pero eso no decir que soy un apático que no le preocupa, si me preocupa mucho pero está muy viciado todo el aspecto político en México.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Por lo menos no hago películas políticas, seguramente va a haber destellos porque es parte de la realidad que tenemos pero pues si <u>me asusta la violencia en el país, la desigualdad</u>, desde que yo era chavito México es el país del "ya merito" , "que ya va a salir adelante" y la corrupción no se acaba, no salimos adelante, fíjate en términos visuales, hay un <u>libro que se llama "La última ciudad"</u> , es una serie de fotografías en blanco y negro de <u>la ciudad en los años 80's</u> y entonces yo a veces leo el libro y veo lo que nos rodea y estamos igualitos, o sea hay zonas con bajos recursos que siguen con bajos recursos y no es porque no hay dinero en México, los gobernantes se clavan el baro.</p>	<p>Habitus</p> <p>Productos Culturales</p>
<p>Eso es triste y patético, ver como un niño duerme en la calle, la gente no tiene sensibilidad, lo normal es que estuviera en su casa con su familia, leyendo un libro o pateando una pelota, pero eso ya no es lo normal, cuando me doy cuenta de <u>la frialdad de la gente me deprime</u>.</p>	<p>Habitus</p>
<p><u>En cuanto al medio ambiente soy consciente y hago cosas para apoyarlo pero de una manera más individual</u>, alguna vez intenté afiliarme a una onda ecológica pero me di cuenta que es como un sistema político, donde tiene que asegurar el funcionamiento, si lo entiendo pues, pero de pronto hay acciones que tu no entiendes y que no son</p>	<p>Habitus</p>

indispensables y que esas personas por procurarse ciertas comodidades, agarran lana que les entra para otras cosas y pues apoyar no es dar de gritos, es hacer acciones inteligentes, creo, entonces cuando te convocan ahí a una marcha que tienes que ir a apoyar, ¿realmente eso va a cambiar o provocar un cambio real?, lo que va a pasar es que la gente se va a dar cuenta que existe un grupo que está en desacuerdo con lo que está pasando.

A veces creo que se pueden hacer más cosas, ¿Cuáles?, apoyar lo hecho en México, por ejemplo, una de las clausulas del IMCINE dice que solo tengo que contratar a gente mexicana o en lugar de comprar tu café matutino en el monstruo que es Starbucks porque no hacerlo en la cafetería de la esquina en donde apoyas no solo al locatario sino también a los campesinos de Chiapas o Veracruz, tal vez no es mucho, pero ese es mi granito de arena.

Creo que en México hay muchos recursos, pero los recursos están mal repartidos y es bien difícil que cambie, en cambio, si analizáramos nuestra cultura para entender quienes somos, respetarnos y apoyarnos como sociedad, creo que el cambio vendría más de origen, podría haber un cambio de verdad.

Te voy a explicar en qué consiste la película, es una película que se llama "Las imágenes rotas" y se trata sobre una comunidad que se llama los *psicokillers* que viven en Guatemala y han resistido por el paso de los siglos a invasiones, a guerras con otros pueblo, al final son guerreros y es su cultura, no hay discusión, hacia los 50's viene una ola de terror en Guatemala, el gobierno trato de acabar con esta gente, los bombardeaban, los

Prácticas Culturales

Prácticas Culturales

secuestraban, hacían matanzas masivas, los enterraban clandestinamente era una guerra contra ellos, entonces se van a vivir a una montaña y entonces resulta que en la montaña donde están viviendo acaban de encontrar uranio, entonces los chinos, los rusos y los gringos junto con el gobierno de Guatemala de nuevo están urgidísimos por sacar esa comunidad de ahí para poder explotar esa mina, el problema es que hay una hidroeléctrica alemana, una de tala de bosques francesa y ya no quieren moverse a ningún lado, todo el tiempo lo han estado haciendo. La película es sobre reflejar el estado de lucha del pueblo a manera de metáfora, porque en toda Latinoamérica el sistema de represión es como una lucha continua, en Argentina, Honduras, Chile, la represión es como un sistema en el que han aprendido a vivir y la película pretende ilustrar a nivel de reflexión que pasa con la cultura latinoamericana.

No voy a hablar mal de los que hacen cine comercial porque es su negocio, yo no puedo hacer eso por ahora, no sé si en un tiempo, hago cosas esperando que haya un cambio, una reflexión.

Prácticas Culturales



4.2.3 DISEÑO

ENTREVISTA REALIZADA A YOLANDA Y JESÚS. INTEGRANTES DEL ESTUDIO TSIMANI, DISEÑADORES INDUSTRIALES HIPSTERS.



<p>Nombre: Yolanda Resendiz Ocupación: diseñadora industrial, integrante del estudio Tsimani. Edad: 29 años Descripción: Cabello medianamente largo, jeans deslavados, zapatos flat, playera blanca de algodón estampada, saco sport. Lugar de reunión: Estudio Tsimani.</p>	<p>Nombre: Jesús Rentería Ocupación: diseñador industrial, integrante del estudio Tsimani. Edad: 30 años Descripción: Cabello muy rizado, alborotado, jeans, corte skin, sudadera y tenis. Lugar de reunión: Estudio Tsimani</p>	<p>Características</p>
--	--	------------------------

ENTREVISTA PROFUNDA	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS
<p>Yolanda: Nosotros somos un despacho de diseño llamado Tsimani, que significa “dos” en purépecha, escogimos esta lengua porque queríamos usar alguna lengua que no fuera tan conocida como la maya o la tolteca; algunas personas retoman palabras de ahí para nombrar algunos restaurantes. Entonces nos pareció simpático el nombre de Tsimani que quedaba perfecto porque nosotros somos dos integrantes.</p> <p>Somos <u>egresados de la UAM Xochimilco</u>, desde el 2001, <u>somos diseñadores industriales</u> de profesión. Cada uno tenía proyectos independientes y cada quien trabajó por su cuenta; a la par empezamos a hacer un proyecto en conjunto que no tiene nada que ver con lo que ahora desarrollamos y por lo que somos conocidos que se llama <u>Serpentina</u>.</p> <p>Empezamos a hacer <u>diseños para separadores de libros, libretas, calendarios y entramos a este tema de manera experimental, es decir, hacer algo diferente</u>, que no hubiera en el mercado.</p> <p>Aunque aparentemente es un objeto muy pequeño y muy sencillo te das cuenta que empieza a haber mucha competencia, empieza a haber <u>competencia de precio hasta por productos chinos</u>, de ahí la verdad es que nos mantuvimos un buen rato con estos productos hasta que comenzó Tsimani con el nombre pero aun no tan formal, sino un poco más experimental o accidentado.</p>	<p>Estilo de Vida</p> <p>Estilo de Vida</p> <p>Habitus</p>

<p><u>En ese inter Jesús se fue a trabajar a otro lado y yo comencé a dedicarme más a esta área de ventas, de visitar tiendas por que como diseñador si puedes conocer más los procesos y experimentar en cuanto a materiales, pero en cuanto a experimentar en ventas, en la manera de cómo presentar tu trabajo a otras personas, de cómo venderlo, de que porcentaje de utilidad debes de tener y tiempos de producción y todo eso, pues si fue un proyecto pequeño pero eso si nos dio la dimensión de lo que teníamos que hacer más adelante, y más adelante ya empezamos con colecciones como "Serpentina" en el 2005.</u></p>	<p>Estilo de Vida</p>
<p>Jesús: Agregando un poco a lo que dice Yolanda, en realidad en un principio teníamos la inquietud de tomar <u>referencias mexicanas</u> y somos parte de una corriente que hace 7 o 8 años empezó a querer hacer <u>diseño con un estilo y un sello muy mexicano</u>, ahora ya lo puedes ver en todos los bazares pero somos el principio de esa corriente y que ha evolucionado bastante bien y siempre con el entusiasmo de ponerle el sello mexicano, sobre todo, tratar de <u>rescatar tradiciones, colores, formas, materiales que hay en la vida cotidiana</u> y que en ese entonces lo diseñadores no volteaban a ver porque pensaban que el diseño es aluminio, madera y cristal.</p>	<p>Habitus</p>
<p>Ahora para nosotros se ha vuelto muy común seguir trabajando con esto. <u>La Colección Serpentina es muy conocida de nosotros, comenzamos a hacer ese trabajo pero a la par seguimos buscando experimentar con otros materiales.</u></p>	<p>Habitus</p>
<p>Serpentina surgió jugando con diversos productos</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>como separadores, libretas y otros accesorios para librerías que con el tiempo ya no se vendían mucho_ la competencia de las mismas personas que se dieron cuenta que había un buen mercado en el separador para libros, se inundaron las librerías, no vendimos igual, además llevo producto chino y bueno, nosotros ante <u>eso buscamos otra opción y esa era hacer joyería o bisutería pero siempre con el sello de buscar algo que trajera la referencia mexicana.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>En esa búsqueda encontramos el papel y por accidente surgió la Colección Serpentina,</u> buscábamos materiales y ella compró papel que venden para hacer filigrana e hicimos unas pruebas, en el taller hicimos un rollito y empezó a tomar forma como serpentina y empezamos a explorar mucho con el material, aumentando las escalas, cambiando los colores, creando nuestros propios procesos para hacerlo de manera más industrial y de ahí fue como surgió todo eso y desde entonces, yo pienso que fue desde el 2006 cuando Tsimani todo forma, porque <u>no hacemos solo productos, sino que hacemos proyectos</u> con todo esto ya que no estamos enfocados a la venta directa, sino que nuestra línea son proyectos, para restaurantes o corporativos con nuestro diseño.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Yolanda: Agregando un poco lo que dice Jesús, <u>Serpentina empezó en el 2005 que entramos a un concurso que se llama "Fórum"</u> que es de diseño y en la categoría de joyería obtuvimos mención bronce, ahí no sucedió gran cosa porque a pesar de la mención, no hay espacios , es solo "ganaste y ya" estaría bien que por lo menos te incluyan en un catalogo o te den una orientación, <u>después de eso hubo una segunda</u></p>	<p>Productos Culturales</p>
<p><u>después de eso hubo una segunda</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p><u>participación en una exposición en el 2006</u> y ganamos otro concurso donde entramos con 6 proyectos que teníamos guardados con conceptos diferentes y entre los cuales estaba experimentar con <u>fibra de ixtle</u> que era la primera vez.</p> <p>Concurso una lámpara y una pieza de joyería de Colección Serpentina, a todo mundo le encantó, de hecho el premio fue tener un stand en una expo que se llama Feria del Regalo y fue cuando empezó a cuajar porque todavía no sabíamos lo que teníamos y fue experimentar con compradores no solo como los que yo había conocido de que debes caerle bien a una persona, sino que debías enamorar a los clientes con tu producto.</p> <p>Entonces, parte del premio era tener un stand y comenzamos a investigar porque al principio queríamos llevar todos nuestros productos por desconocimiento, afortunadamente si nos orientamos con tiempo con gente que habíamos conocido y teníamos desconocimiento al grado de no tener derecho de autor, no teníamos registro de marca.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Otra parte del premio fue tener <u>un curso Vitro con los hermanos Campana en Francia</u> y eso nos sirvió mucho porque nos dimos cuenta que no estábamos tan mal porque <u>estábamos en el curso y convivíamos con gente de todas partes del mundo</u> y en la parte del stand se acercaron muchos compradores que algunos pudieron ser potenciales, otro no tanto, pero si llamamos mucho la atención de compradores mayoristas, que tienen tiendas o compradores de algunas cadenas, algunas cosas no las supimos aprovechar del todo porque no</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Habitus</p>

<p>conocíamos, no es lo mismo acercarte a que se te acerquen y te pregunten si tiene capacidad de producción y no sabes por qué camino tomar y cometes muchos errores.</p> <p>Se dan este tipo de situaciones, de que tengas propuestas, que tengan esto que tengan el otro, ya nos empezaron a decir que <u>debíamos tener nuestra marca registrada</u>, incluso una persona nos dirigió al despacho de abogados que a ellos les llevan sus derechos de autor.</p>	<p>Habitus</p>
<p><u>A lo largo del camino fuimos conociendo gente del medio que te va dando consejos y tú vas tomado algunos</u>, no hay receta secreta con paso uno y paso dos y así.</p> <p>A pesar de que estuvimos en un curso de NAFIN sobre cómo hacer tu plan de negocios yo creo que si te va sirviendo pero no hay una receta secreta hubo platicas donde te dicen que para tener tu plan de negocios debes empezar con X cantidad y la verdad es que nosotros empezamos con nada y si lo hubiéramos puesto como barrera porque no teníamos nada entonces no estaríamos hablando ahorita, como diseñador independiente no puedes ponerte barreras.</p>	<p>Habitus</p>
<p>Jesús: Yo creo que la Colección Serpentina no ha terminado de concretarse porque la verdad es que <u>los diseñadores independientes no la tenemos muy fácil</u>, nosotros tenemos ya 4 años o casi 5 pero hay mucha gente que no conoce todavía la colección, este año y el pasado ha sido muy productivo porque hemos empezado a tener mucho reconocimiento de trabajo y</p>	<p>Habitus</p>

<p>puedo decir que después de 3 años hemos tenido buenos resultados, <u>ha sido difícil porque hacerla de diseñador y de empresario es muy difícil</u> porque tenemos formación de diseñadores, de creativos, entonces <u>aprender a vender, a hacer una estrategia de venta, hacer tu página, a atender un cliente</u>, todo ese tipo de cosas, de verdad es que te quita tiempo y es un buen aprendizaje, entonces yo creo q después de 3 años, lo que es al año pasado y este ha sido muy bueno.</p>	<p>Habitus</p>
	<p>Habitus</p>
<p>En este año y el pasado han sido <u>dos exposiciones</u> y para el que viene ya vamos a tener una <u>exhibición individual</u>, la verdad es que en estos años hemos tenido grandes frutos y <u>entrevistas en televisión, en revistas, en periódicos</u> y la verdad es que si han tenido que pasar estos años para poder ver los resultados.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Tal vez hubiera sido más sencillo trabajar en algo que ya estuviera establecido, en una editorial por ejemplo, pero <u>preferimos la libertad creativa que te da el ser independiente.</u></p>	<p>Estilo de Vida</p>
<p><u>Quizá ahorita sea un poco más fácil, pero cuando salimos nosotros no había el concepto</u>, o sea ¿donde trabajas como diseñador y cuanto te pagan? Es muy difícil, si bien ahorita ya está más abierto el campo de trabajo antes no había, y debías ser en dibujante o ayudante o en producción, yo fui jefe de producción por cuatro años, no hay libertad creativa y ahora <u>gracias a la generación a la que pertenecemos si hay muchos talleres y despachos de diseño en la que los chavos ya pueden entrar a trabajar como diseñadores, en la</u></p>	<p>Habitus</p> <p>Habitus</p>

cuestión creativa, antes no lo había.

El panorama del diseño está más abierto, es más accesible, la gente esta volteando a vernos y creo que va a ser más sencillo en unos años. Desde que estudiamos eso, la inquietud fue siempre de hacer algo nuevo y no encajonarnos en hacer muebles de madera, en hacer un escritorio porque eso es muy cuadrado.

Además de eso, como tú lo acabas de decir ¿Por qué no en una editorial? Somos diseñadores industriales, al grafico lo ubicas haciendo un cartel o una revista, al industrial ¿dónde lo ubicas tú? Entonces es más difícil, somos como el elemento raro del diseño porque tenemos que ver con todos pero no nos ubican en un espacio.

Cuando las empresas nunca consideran un diseñador para sus productos, el mismo dueño es el que realiza un objeto o un diseño y lo hace pero pensar en pagar en un diseñador industrial para un objeto o una colección si está más complicado y entonces termina haciéndolo un diseñador gráfico o en producción.

Yolanda: Yo siento que es también un poco la cuestión de la cultura, por ejemplo, algo absurdo: los recuerdos de boda que venden en el centro, uno dice: "mejor lo hago yo" , ahora, lo llevo aun ejemplo en la cuestión profesional, ¿para qué quiero un diseñador industrial? Si tengo un ingeniero que puede diseñarme estas piezas y uno grafico que puede hacer el stand.

Jesús: Además de una cultura en la que el diseño es parte de nuestra vida cotidiana, entonces todo mundo

Prácticas Culturales

<p>se siente capaz de hacerlo aunque no tenga la formación.</p> <p>Yolanda: Y tan claro está el ejemplo que hace poco una colega que hace diseño de lámparas, hace poco se fue a la feria de Milán, ella también produce, aquí nos damos cuenta que todos <u>los diseñadores producimos y vendemos nuestras propias piezas</u>, ella fue a esa feria y comenta que de todo el grupo que estaba ahí se extrañaban de que ella produjera, más bien todos van a exhibirse como diseñadores y en el caso de ella se dio de topes porque el 80% de nuestro tiempo no lo ocupas diseñando, lo ocupas cobrando facturas, viendo procesos de producción, llamándole al proveedor y solo el 20% solo lo usas para diseñar.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Jesús: <u>En cuanto a los viajes para dar a conocer nuestros diseños, no es fácil conseguir un apoyo, fuimos a la feria de Milán y fui a un curso para explorar el mercado europeo,</u> ver que tantas posibilidades existen de exportar y venderles, apenas teníamos un año de haber comenzado con esto y no teníamos la idea de que exportar, sin embargo, <u>fui y si aprendí mucho y aproveche el tiempo en ir con mi objetos y ver que tal “mira, ¿si te gusta?” , y si tuvo mucha aceptación y si nos costó y hay un subsidio de NAFIN y de un organismo de la comunidad europea que apoya proyectos de Latinoamérica y que subsidia con una parte del costo del viaje, del curso y demás, nosotros pagamos como el 10% realmente,</u> nuestro boleto de avión y lo demás era cubierto por ellos, pero no hay programas para apoyar empresas dos o tres años y que se capaciten y tengan un resultado fructífero.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>

Fuimos y si hubo buen resultado pero hasta ahí llego, más adelante tuvimos otro curso en el que también se pretende exportar pero solo te dan una "embarradita" de todo pero no toman ese grupo y te llevan al final, está complicado porque siempre al final debes tener un porcentaje y por poco que sea debes invertir y si no te funciona pues ya perdiste.

Yolanda: También es la apatía porque hablando con una persona que es de fondo mixto del GDF decía que ellos ponían un subsidio de apoyo para los empresarios pero decía que a veces era más difícil conseguir a las personas interesadas que conseguir el subsidio por que como saben que son de tres meses o así, entonces dicen "para que voy a perder el tiempo" , entonces se van desintegrando los grupos, vamos quedando menos y ya no se sigue la misma corriente y ya no se da el mismo apoyo de decir vamos a seguir con ellos hasta que exporten que esa es la intención.

Jesús: Es que además no existen programas completos de 0 a 100 en la que digan de 200 empresas una concluyó bien el curso y está exportando y esto como microempresa te pone en desventaja porque si te ponen a competir con la industria automotriz, obviamente estamos en desventaja porque saben que una automotriz si va a dejarles dinero, "ellos que se esperen, primero la automotriz" , realmente no hay ningún programa para apoyar a la microempresa, vendas productos, servicios o lo que sea no hay un programa completo y de apoyo y que siempre te pueda ir a auxiliar, "mira, tengo esta duda" , "ve aquí te van a cobrar" .

<p><u>Los espacios como el MUAC, el MUMEDI o el Bazar Fusión, nos ayudan a vender y son espacios para darnos a conocer, finalmente el MUAC se ha vuelto un espacio público igual que MUMEDI o el Bazar Fusión y es una parte de referencia de que ahí hay exhibición, pero hasta ahí ya que en el MUMEDI o MUAC es a consignación y en el Bazar Fusión es lo que tu vendes. Me parecen buenos espacios, quizá no los mejores, pero son buenos porque a muchos nos ha permitido concentrarnos y es un espacio de referencia, aunque se supone es un espacio de diseño algunos productos van en contracorriente.</u></p> <p>Jesús: Han tratado de generar un espacio para diseñadores tanto el MUAC, el MUMEDI y el Bazar Fusión, cosa que antes no existía, en estos tres casi todos son diseñadores y tratan de conservarlo pero si de plano no se vende se trata de meter otro producto y si nos ha ayudado a todo en el aspecto de que si quieres algo de diseñadores mexicanos vas al MUAC, al MUMEDI o al Bazar Fusión, aunque ya hay mucho extranjero-mexicano también.</p> <p>Yolanda: Ya hay franceses y pues ya como que van tomando referencias de cultura mexicana para hacer sus propios diseños y hay muchos ejemplos más, como la chica de los espejos.</p> <p>Jesús: Generalmente nuestra línea de trabajo es sobre proyecto. Lo que generalmente sucede es que, por ejemplo, ahorita nos están pidiendo un proyecto y en base a lo que esa persona necesita, dimensiones, colores.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>
---	---

Nosotros hacemos una propuesta en la cual tenga que ver nuestro trabajo y ese sentido innovador de la técnica que utilizamos, lo que hacemos es que yo dibujo, me encargo de la parte de diseño, propongo, hago algún prototipo, lo vemos juntos y ya que lo aprobemos o lo apruebe el cliente se pasa a la fabricación la cual es muy sencilla, ya la tenemos dominada, no tenemos un proceso de paso por paso, es de que quieren tal cosa en tal color y tal tamaño y ya me hecho un dibujo rápido, lo muestro y si le gusta se hace el prototipo, se toma foto, lo aprueban, se fabrica y ya entonces pasa a otra área donde las chavas empiezan a enrollar el papel en el diámetro que necesitemos y una vez enrollado ya le damos forma, lo voy levantando para darle la forma, después viene el sellador, después el barniz, el proceso es muy rápido.

Actualmente el 90% del material que usamos es el papel. Nos hemos encajonado mucho ahí ahorita porque es muy demandante la verdad siempre hay cosas nuevas que fabricar y que mostrar pero nuestra intención es con la fibra del ixtle tener una colección completa de lámparas, muebles; con cada material que trabajemos queremos hacer una colección completa, todo un concepto y que en base a eso no solo vendamos productos sino nuestro diseño. Vendernos como diseñadores, que si una fábrica necesita un proceso o un objeto pues que piensen en nosotros para poder renovar su línea.

En realidad estamos peleados con toda la tecnología y pensamos siempre como en tomar todo tradicional, no necesariamente tiene que ser de manera natural, puede ser incluso plásticos, pero la verdad es que no tratamos

Prácticas Culturales

Prácticas Culturales

<p>de meternos mucho en los procesos conocidos, <u>queremos crear nuestro proceso, nos interesa usar esos procesos que la gente usa en la vida cotidiana</u>, otro puede ser la filigrana que es muy parecida a la serpentina que ¿Por qué no industrializarlo y llevarla a otra escala?</p>	<p>Habitus</p>
<p><u>Estamos interesados en esa parte tradicional y mas artesanal</u> porque creemos que los objetos cuando están hechas a mano por otras personas adquieren un <u>valor agregado que es darle trabajo a otras personas</u>, nosotros por ejemplo aquí las dos personas que trabajan con nosotros son amas de casa y empezaron de cero con nosotros y ahora tienen un oficio y en un principio ocupaban un espacio en lo que iban a dejar a sus hijos y tenían que ir por ellos, entonces esa parte de la sociedad que no está ocupándose nosotros tratamos de aprovecharla y estamos enfocado a esa parte más artesanal y más profesional sin tener que utilizar esos materiales que ya están a nuestro alrededor como la madera.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>Nosotros lo que pretendemos es explorarlos y sacarlos a la luz</u>, demostrar que se pueden hacer cosas padres o bonitas o <u>desarrollar toda una técnica o un concepto con todos estos materiales</u>.</p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Productos Culturales</p>
<p>Yolanda: Quizá estamos tan peleados con la tecnología que <u>no utilizamos ni programas de diseño</u>, es muy común que utilicen programas como 3D y demás y nosotros nos vamos mucho al <u>boceto o al modelo</u> y de repente pensábamos que éramos un poco obsoletos en ese sentido pero nos hemos dado cuenta que a nuestros clientes les gusta porque al final ven más real</p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Productos Culturales</p>

<p>lo que va a quedar que si lo ves en 3D, dices “se ve muy bonito en 3D pero ya en vivo no” .</p>	
<p>En cuanto a las influencias, me gusta el trabajo de un diseñador que se llama <u>Paul Smith</u>, me gusta mucho el sentido de su trabajo porque <u>maneja mucho el sentido del color</u> aunque él es diseñador de modas; <u>los hermanos Campana</u> que es un estudio de diseño brasileño, <u>manejan mucho cosas que tiene que ver con su país y de hecho son un tanto exóticos</u> para los demás, trabajan con la <u>cuestión manual, que sean cocidos a mano las piezas y manejan el concepto de una muñequita tradicional y hechas mano por señoras</u>; también el trabajo de <u>Martín Asua</u> que es un diseñador español que <u>hace un trabajo muy limpio, trabaja mucho con los conceptos de la naturaleza</u>.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Productos Culturales</p> <p>Productos Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>
<p>Jesús: para mí los únicos que han <u>influido</u> en mi para mejorar mi camino han sido <u>los hermanos Campana</u>, no creo tener ahorita ningún diseñador predilecto, sino <u>lo que más me gusta es explorar, ir a la Merced, a la Ciudadela, ese tipo de trabajos me influyen más que lo que pueda ver de un diseñador, me gusta saber de ellos para saber por dónde va el diseño, pero mi mayor influencia ha sido la vida cotidiana, la tradición, los juguetitos, el color, los trompos y ese tipo de cosas para mi es más interesante que fijarme en el trabajo de un diseñador</u>.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Productos Culturales</p>
<p>A final de cuentas no puedo seguir esa misma línea y en el caso de los hermanos Campana fue darme cuenta que no soy el único loco que se fija en esas cosas y cuando vi que había alguien que se atrevía a hacer eso y les funcionó y <u>gracias a ellos hay un vistazo a todo el</u></p>	<p>Habitus</p>

<p><u>mundo sobre Latinoamérica, pero principalmente es la vida diaria y sus colores.</u></p>	<p>Habitus</p>
<p><u>La misma naturaleza de nuestro trabajo es amigable con el ambiente</u> porque como no tenemos procesos industriales la verdad es que no generamos mucha basura ni contaminación y al ser manual ni siquiera hay gasto de energía eléctrica, la misma naturaleza la hace amigable con el ambiente.</p>	<p>Habitus</p>
<p>Yolanda: Si usamos algunos materiales pero yo creo que <u>por la misma dimensión del taller se ha dado de manera natural que todos los procesos sean muy artesanales</u>, ya como que va implícito, este material si yo lo ocupo para hacer una pieza lo que me sobre lo ocupo para otra, no genero basura.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>En cuanto a nuestros gustos creo que lo padre es que <u>hemos sido multifacéticos y multiculturales y de todo, podemos ver Matrix y podemos ver una de Mario Almada sin ningún problema</u>, y ves los detalles de vestuario, las costumbre, la decoración y todo te va enriqueciendo, puede ser tan contrastante como escuchar una salsa o a Shakira y los puede escuchar sin ningún problema, nos ha tocado escuchar pasito duranguense, el hecho de estar en todo y nada nos ha ayudado a estar atinados en el gusto de la gente. Por ejemplo hay clientes que son muy elitistas y refinados y quieren una referencia que sea popular.</p> <p>Para hacer algo bueno debes llegar a que los detalles sean tan importantes que lo hagan ver una pieza de buena calidad y eso nos ha permitido dar más diversidad a los clientes en la cuestión de gustos.</p>	<p>Productos Culturales</p>

<p>Jesús: <u>Nuestra única referencia son nuestras costumbres y nos gusta esa parte popular</u> porque de ahí venimos pero por una extraña visión tenemos esa idea de que lo popular puede competir con lo que ahora llaman de diseño cuando el diseño siempre ha estado ahí, nosotros pretendemos siempre en cada cosa que vemos, en esos juguetitos de madera <u>hacerlos contemporáneos a lo que a ti te guste, a que evolucione y la persona que lo haga pueda tener una mejor calidad y pueda venderse en cualquier parte del mundo.</u></p>	<p>Habitus</p> <p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>Nos gusta ir a lugares populares, ir a comer comida yucateca, no solo es ir a comer, es ir al lugar, ver que llegan muchos yucatecos, ver como comen, como sirve y visten, eso nos enriquece más que echar un vistazo afuera del país, aquí tenemos todo, ¿para qué te fijas en otros lugares si aquí hay todo?</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Habitus</p>
<p>Yolanda: En cuanto a nuestros planes a futuro <u>tendremos una exposición en un lugar que se llama Medellín 174, que es del mismo nombre, en la Roma.</u> En cuanto a proyectos a futuro <u>lo que queremos es marcar una corriente que creo que ahorita lo hemos hecho bien, porque se van marcando pautas, está el Salón de Fomento, la Sala de Washington y te vas formando en un grupo de diseñadores que vamos marcando una corriente para nuevas generaciones y que sirva como referencia del diseño mexicano, porque hace un par de años era plástico, aluminio, color chocolate y madera y era como de pena sacar el diseño mexicano y ahora no, nosotros vendemos por los colores y son lo que hizo que la gente nos comprara.</u></p>	<p>Prácticas Culturales</p>

Hay otra exposición programada para el 2002 pero aun no sabemos qué sucederá, ahorita Lumen nos ha ido invitando para dar conferencias de cómo trabajamos con el papel, lo cual nos costó como un año (risas) y de cómo hemos ido creciendo.

Jesús: El principal proyecto ahorita es para el año que viene la exhibición en Medellín que no tenemos definido si solo es la Colección Serpentina o varios proyectos en conjunto de Tsimani, el otro es el de 2010 de MOMA, pero a largo plazo pretendemos que Tsimani en unos cuantos años nos posicionemos como diseñadores y marcar esa tendencia con un sello muy mexicano. Estamos empezando a exportar, a vender más aquí en la ciudad, la meta no es ser una fábrica, sino explotar la parte del diseño y ya más adelante que Serpentina se volviera un proyecto social para alguna comunidad.

Yolanda: Esto ha sido de mediana experiencia desde el 2002 que salimos hasta el 2005 que estuvimos de lleno en Tsimani y nos ha costado trabajo desde el punto de que nos hemos valido por nosotros mismos y nuestro trabajo ha sobresalido y ha competido al punto que competimos con los grandes.

Como decía un cliente, no me importa si me caes bien o no, me importa lo que haces, para que la gente me compre.

Jesús: Hace 10 años la tendencia era esa, llegaba el diseñador a una empresa y fabricaba enormes cantidades y la tendencia ahora es como en el diseño

Prácticas Culturales

Prácticas Culturales

europeo de regresar a lo hecho a mano y en unos años será todo hecho a mano y después regresaremos a lo industrializado.

Yolanda: Vuelve esa generación en donde todo se hace como en un principio donde todo era hecho a mano y cada quien hacia sus cosas. Tenemos un proyecto con un restaurante en donde el dueño quiere que lo que tenga el en accesorios lo tenga el nada más y que todo mundo tiene y que quiere destacara por eso sobre los demás, no tener los mismos platitos, es de comida mexicana contemporánea.

Jesús: Decía Carmen Cordera “es que nunca ha habido diseño industrial en México” porque siempre ha sido artesanal. Siempre ha habido diseño en México pero lo hemos demeritado porque creemos que diseño es el que viene de afuera por que el aluminio, el proceso muy tecnológico. En Tepito ponen unas cadenas y sobre esas cadenas ponen unos ganchos para colgar la ropa en hilera, y eso es diseño no solo lo que esta industrialmente hecho.

Yolanda: Se va menospreciando, en México todos somos diseñadores, en Milán hicieron una escultura de globos de un perrito y fue lo máximo, y bueno en México lo tenemos en la esquina y se demerita porque son cosas del día a día, cuando fuimos a Francia, en el curso llegaron y los hermanos Campana dijeron que el curso consistía en sacar unos botes de basura, botes, bolsa, cartones y de ahí había que hacer un objeto y todos los chavos europeos hicieron cosas muy conceptuales, ella hizo unos zapatos, yo una lámpara y ya dijo “esto es lo que queremos que hagan”

entonces todos se volcaron a hacer eso y nos dijeron "yo sé que ustedes me entienden, vivimos igual en México que en Brasil" , un alemán agarro un bote, lo corto y le puso un palo y era un recogedor y dijimos "no es posible, esto lo usamos diario en México" , tienen una visión muy distinta y precisamente como lo tenemos lo menospreciamos.

Yolanda: Cuando nosotros iniciamos, ahorita por reconocimiento, revistas y tv ya la gente no titubea tanto para pagar aunque a veces sí, el hecho de que fuera de papel o que pensarán que lo podían hacer porque finalmente viene de una serpentina, entonces competíamos con la misma gente que no estaba dispuesta a pagar por el diseño porque no vendes papel, vendes diseño.

Jesús: La gente como que ya no regatea, le gusta el precio, ya lo paga, ya no es como al principio, decía "yo hago de esos en la casa" , la gente ya se ha ido educando.



4.3.4 MODA

Entrevista realizada a Pavel Galicia, diseñador independiente y creador de la marca "Gynaikos."

<p>Nombre: Pavel Galicia Edad: 28 años. Ocupación: Diseñador independiente. Descripción: Cabello rubio cenizo desaliñado, barba cuidadosamente recortada, gafas para el sol, jeans, playera de algodón y tenis de diversos colores. Lugar de reunión: Bazar Fusión. Realizó la Licenciatura en Comunicación y Periodismo en la UNAM, a la par realizaba diseño, elaboración y venta de bolsas y accesorios. Creador de la marca "Gynaikos" , un destacado representante del diseño independiente mexicano.</p>	<p>Descripción</p>
--	--------------------



ENTREVISTA PROFUNDA	CATEGORÍAS DE ANÁLISIS
<p><u>Comencé a diseñar cuando estaba en la prepa que solo de vez en cuando aprovechaba alguna ocasión como trabajos escolares o que a mi mamá le sobraba alguna tela y <u>aprovechaba para hacerme algún back pack o pulsera con la finalidad de que no se desperdiciara,</u> pero en realidad en la universidad ya lo tomé más en serio, ya investigué un poco de cómo se hacían las cosas, y ya compraba mi material, sucedió que algunas ocasiones me quería comprar alguna cartera y cuando iba a las plazas o al tianguis pues no encontraba alguna que me gustara y pues solo había de las chivas o de los pumas, o peor aún, del América y pues a mí ni me gusta el futbol, entonces se me ocurrió hacérmela yo, pues total, ¿Qué tan difícil puede ser? Y si es medio complicado pero es cosa de ganas y algo de paciencia – risas-, y no me vas a creer pero pues mis cuates cuando las vieron pues les latió y alguno me dijo “pues que onda güey, hazme una igual ¿o véndemela no?”</u></p>	<p>Estilo de Vida</p> <p>Estilo de Vida</p>
<p>Fue aquí cuando entonces <u>busque telas y ahí me ves en la Junco viendo las telas y comprando un poquito de estas y un poquito de aquellas y pues a experimentar y dije “que tal si no les gusta esta tela”</u> entonces pues ahí se me ocurrió meterle la doble vista y fue un madrazo, todos mis cuates me pedían y ya poco a poco le fui metiendo más, al principio solo eran pues pulsera y una que otra cartera y ya después algunas playeras y sudaderas, ahora ya le metí a bolsas de mujer y mis amigas y primas me las pedían para tal o cual vestido, al inicio solo eran cosas sencillas pero al paso me pedían cosas más elaboradas y ya <u>poco a poco me fui</u></p>	<p>Estilo de Vida</p>

<p><u>clavando más y más y obvio me absorbía más tiempo y llegó el día en que me di cuenta que ya tenía un buen de clientes y también muchos diseños.</u></p>	<p>Estilo de Vida</p>
<p>Yo <u>estudié comunicación</u> pero fue hasta que terminé que me di cuenta que la había regado y en verdad lo que <u>me apasionaba era el diseño</u>, al principio era solo por pasatiempo, pero después me di cuenta que <u>el diseño te da una libertad creativa impresionante</u> y decidí dedicarle más tiempo porque también me di cuenta que es todo un estilo de vida y que de esto podía vivir y vivir muy bien, pues ya intenté ser más profesional, <u>investigué en revistas cómo podía mejorar mis diseños, estuve experimentando con diferentes materiales, colores, texturas y a la vez busqué crear mi propio estilo</u> y algo en lo que se pudiera ver mi sello, el sello de Gynaikos o al menos que la gente que me conoce lo pudiera notar.</p>	<p>Estilo de Vida</p>
<p><u>Comencé a solventar mis gastos con el dinero que salía de mis ventas</u>, pero más que nada era el diseño lo que se paga porque accesorios como lo que hacía los encuentras en cualquier lugar pero creo que la gente ya está cansada de lo mismo y busca nuevas propuestas y eso es lo que yo les doy.</p>	<p>Estilo de Vida</p>
<p>Cuando vi que cada vez me dejaba más ganancias tomé la decisión de no conformarme con lo que ya estaba haciendo, no solo quedarme con algunos clientes sino que me di cuenta que necesitaba dar un paso más porque ya me estaba estancando, y pues <u>comencé a juntar y juntar y en las vacaciones de verano me lancé a Nueva York y visite de todo</u>, un día podía andar en la Quinta Avenida y al día siguiente <u>andaba en los barrios</u></p>	<p>Estilo de Vida</p>

<p><u>bajos visitando los tianguis y fue súper chido porque conocí de todo, la gente de ahí es súper variada, encontré gente de muchas culturas y muchos países, con diferentes costumbres e ideologías.</u> Entonces cuando regresé al DF traía mil ideas y traté de retomar un poco lo que había visto allá.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Para mi diseño <u>me inspiro mucho en la gente, en los colores y la vida por sí misma, creo que es importante ser conscientes del entorno mismo en el que vivimos,</u> no existe mejor fuente de inspiración que ver a la gente y sus necesidades, <u>crear algo donde se refleje su pasión, ya sea la música, las plantas, la pintura, el cine o cualquier gusto</u> que tenga la gente y a esto hay que adherirle el <u>elemento de la funcionalidad,</u> por decir algo, <u>una sudadera con la torre latino y que además te sirva para no mojarte y tenga un espacio para el ipod o algún gadget,</u> eso es lo que la gente quiere, algo bonito y práctico.</p>	<p>Habitus</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Estilo de Vida</p>
<p>Creo que se trata de pensar un poco que es lo que yo querría usar y que es lo que necesito para andar cómodo y que este chido, ya que <u>mis diseños los compran gente como yo, chavos que andan de un lugar a otro y que tenemos un estilo alivianado sin dejar lo fashion de lado.</u></p>	<p>Habitus</p>
<p><u>Por ejemplo, me gusta mucho lo que hace Neville Brody, David Carson y Gonzalo Tassier, son muy buenos, aunque también reconozco que hay mucho talento en México. Marcas como Mundano, Mission Brand, Diablo Fashion, Malafacha o las Pokiankitsch que no es porque sean mis amigas pero de verdad son muy buenas.</u></p>	<p>Productos Culturales</p>

<p>Mi <u>estilo</u> creo que lo puedo definir como <u>desenfadado</u>, algo bastante <u>práctico y sobre todo diferente</u> a lo que puedes encontrar en cualquier lugar, hemos tratado de <u>crear conciencia</u> en la gente que usa nuestros artículos, <u>una conciencia que nos llame a ser amigables con el medio ambiente</u>, hay una corriente que hemos visto que compartimos con otros diseñadores independientes en donde <u>usamos únicamente fibras naturales</u>, sin ponernos de acuerdo como que coincidimos en hacer este llamado usando nuestros medios, a <u>no usar cosas creadas en procesos muy industrializados</u>, otro ejemplo es que <u>nuestras sudaderas, bolsas y carteras son doble vista</u>, así ya no te compras dos, sino que una ya la puedes combinar con muchas cosas, también otra cosa que hemos tratado de hacer, no sé si lo hemos logrado –risas- es hacer <u>diseños que inspiren tranquilidad, que te proyecten armonía</u>, algo parecido a lo que hacían los hippies, es como si creáramos armonía andante y que ahí va caminando por la ciudad y que la gente dice: “mira ahí va la armonía” –risas-.</p> <p>Los colores que usamos casi siempre son pasteles, así como el azul, amarillo, verde, rosa, lila, blanco; el que casi no usamos es el negro, no nos late que sea tan serio, es muy oscuro lo que te proyecta una prenda negra o muy serio ¿no? Más bien lo que queremos es proyectar alegría, que sean happy clothes, para el diario y andar bien cómodo, y ya combinado con una boina se ve muy chido, muy fashion, ya le pones algún saquito o la boina que te digo y ya estas para el concierto, o la escuela o el museo, para lo que quieras estas.</p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Habitus</p> <p>Estilo de Vida</p> <p>Habitus</p> <p>Estilo de Vida</p>
--	---

<p>Por eso es que <u>me fui por el camino independiente, para no hacer lo mismo que todos</u>, que si es otoño-invierno solo negro, café o beige. <u>La moda da mucho más que eso y la gente también ya se canso de eso</u>, ¿qué pasa si en octubre se me antoja una playera amarilla? ¡No la encuentras en ningún lado! –risas-</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>No te voy a mentir, <u>no es fácil empezar desde cero y de repente quedarte sin vacaciones porque te gastaste el baro en comprar telas</u> – risas-, <u>lo más difícil es encontrar tu propio estilo</u> pero cuando lo encuentras solo es cuestión de irle metiendo cosas nuevas y siempre tratar de proponer algo diferente, no quedarte estancado como Ferrioni ¿no? Que desde que tengo memoria toda su ropa es igual, el pantalón caqui de viejito y la playera azul marino con el perro rojo para los viernes de Godínez –risas-. Si te llevas tiempo y chingas pero tiene sus recompensas <u>cuando la gente te dice que le gusta lo que haces y llega al Fusión</u> directo a buscarte y ya te nacen nuevas ideas, también pues es como ser sincero contigo mismo, no puedes obligarte a tener creatividad, no se da por pedido, que llegue tu jefe y te diga “es que ya necesitamos la siguiente colección” y te des de topes porque no se te ocurre nada, te nace o no, así de simple, o no te gusta lo que te están pidiendo, <u>la libertad creativa es lo que nos tiene felices.</u></p>	<p>Estilo de vida</p> <p>Prácticas Culturales</p> <p>Estilo de Vida</p>
<p>En este sentido espacios como el <u>Bazar Fusión</u> nos han hecho un paro porque la primera vez que venimos fue hace como 4 años y traíamos muy pocas cosas, conforme ha pasado el tiempo cada vez traemos más variedad, <u>aquí hemos conocido a mucha banda que está en la misma frecuencia que nosotros, y que nos</u></p>	<p>Productos Culturales</p> <p>Habitus</p>

<p><u>han dado muchas ideas</u>, cosas tan elementales como registrar nuestra marca y hacerla todo un concepto, además de que <u>la gente que viene es gente que si compra, que sabe lo que es la onda independiente, que quiere apoyar y valora el trabajo mexicano</u>. Además conectas gente que te hecha la mano, muchos tienen espacios en donde te dejan vender tus cosas como los de Suite 66 que nos abrieron su galería y ahí encuentras nuestra ropa que te la recomiendo mucho, esta súper chida –risas-, entonces pues te sirve mucho porque tratamos de ayudarnos entre todos.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Antes <u>estaba en una banda de rock</u> que se llamaba “La Dolce Vita” que éramos puros güeyes de la universidad y nos iba chido pero pues ya sabes ¿no?, sales de la universidad y pierdes un poco el contacto con todos, ya no es lo mismo, algunos entraron a trabajar y ya no les daba tiempo, otros se cambiaron de ciudad y pues yo cada día tenía menos tiempo por lo que te contaba de que el diseño me absorbía más tiempo cada vez, ahora solo los veo a algunos de vez en cuando que quedamos de ir por una chela o algo así, a mi me gusta mucho ir al centro, esta súper chido un lugar no sé si lo conozcas, se llama <u>“Al Andar”</u>, está en Regina, en el corredor cultural, que quedo chido, papi Marcelo le dio otro aire al Centro, antes ni pararse por ahí y ahora en Regina cambiaron a los delincuentes por galerías de arte y bares con aire medio bohemio.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p><u>La Condesa</u> esta padre también, el <u>“Mexinaco”</u> es la onda porque no te aburres solo de estar viendo y te identificas con todo, ¿Quién no se ha subido a una combi o al metro o a quien no lo han mandado a la</p>	<p>Prácticas Culturales</p>

<p>carnicería? ¿Me explico? Como que te saca el espíritu chilango, además la música esta chida, no te ponen a Arjona ni a Belinda, sino que la música es mas solo para conocedores, más <i>under</i>, te ponen a <u>Arcade Fire</u> o <u>Animal Collective</u> o <u>Pedro Piedra</u> por decirte algunos.</p>	<p>Productos Culturales</p>
<p>Mis amigos son mi familia. Me gusta mucho <u>viajar</u> y principalmente para eso diseño. Me late ir a <u>museos</u>, <u>exposiciones</u> y <u>conciertos</u>, soy mega <u>fan</u> de la <u>lucha libre</u>, trato de estar los viernes en <u>la Arena México</u>. En mis ratos de ocio me gusta estar en mi casa viendo mis <u>series</u> o ir a <u>la Lagunilla</u>.</p>	<p>Prácticas Culturales</p>
<p>Ahora con las redes sociales la cosa es mucho más fácil, no sé qué haría sin <u>facebook</u>, quien sabe cómo le hacían mis papas sin <u>twitter</u> ni <u>messenger</u>, imagínate, ¿tú podrías? –risas-, nosotros tenemos la posibilidad de <u>postear los nuevos diseños</u>, por ejemplo, ahorita que está el <u>Bazar Fusión</u> si le <u>mandé invitación a todos mis contactos de Facebook</u>, hace rato que empezamos con la entrevista si puse en <u>twitter</u> “pagando el precio de la fama...en entrevista” y varios me contestaron luego luego “lo malo de ser famoso” y yo lo veo como algo bueno, imagínate <u>si no fuera por las redes sociales simplemente tu no sabrías de Gynaikos</u> y no estaríamos platicando ahorita, <u>internet te da un mundo de posibilidades</u> y a nosotros muchas ventas, <u>personas que nos llaman por teléfono porque lo vieron en nuestro facebook o twitter o nos mandan mensajes</u>, y ya la venta es directa, ya van por la playera de la foto.</p>	<p>Prácticas Culturales</p> <p>Productos Culturales</p> <p>Prácticas Culturales</p>
<p>Le verdad no nos quejamos, en los 5 años que llevamos nos ha ido muy bien y disfrutamos mucho nuestro</p>	

trabajo, la independencia es algo que todos debemos probar para valorar nuestro tiempo y nuestro talento, aunque seríamos muy falsos si te decimos que una parte de nosotros no busca esa estabilidad económica que te da un empleo fijo, pero creo que prefiero seguirla deseando de lejos –risas- , todavía quiero disfrutar mi independencia un rato y ser dueño de mi tiempo y mi talento.

Estilo de Vida

Prácticas Culturales



CONCLUSIONES

Hay conceptos que la teoría y los estudios de temática juvenil han venido desarrollando y utilizando operativamente, y no tanto, para nombrar, dar cuenta y reflexionar sobre la juventud, los jóvenes y sus diferentes manifestaciones. Estas categorías maleables fueron utilizadas como etiquetas, sin comprender el papel fundamental que tienen en la comprensión del mundo como esquemas de interpretación.

Las “tribus urbanas” , las “subculturas” o la “contracultura” , no son modos, formas de ser o de actuar de ciertos sujetos en ciertos momentos, sino que son formas analíticas de nombrar a esa realidad, modos de percibir la realidad y de relacionar aspectos y características.

Revisar estas categorías en sus concepciones originales, darles perspectiva histórica y recuperar sus usos es un primer paso para comenzar a repensar una propuesta de investigación social dentro del marco general de los estudios culturales. “¿Para qué y por qué se representa al otro?; ¿Qué tipo de relación se entabla con él al representarlo?; ¿Qué es lo que decimos, cuando hablamos de “Tribus urbanas” , “contraculturas” o “subculturas” ?

He decidido volver al método original para dar cuenta de este grupo de jóvenes *hipsters*, la observación participante, la entrevista, la perspectiva del actor y la historia de vida son las herramientas que la antropología de lo cotidiano tiene para afrontar las realidades de los jóvenes en una sociedad post-industrial; mismas que he retomado con la finalidad de promover la comprensión hacia estos jóvenes extraños con conductas poco habituales.

Los *hipsters* aparecen como una respuesta sincrética y multifacética de los jóvenes ante sus condiciones de vida. Sincrética porque mezcla influencias de lo tradicional con lo urbano, de lo popular con lo masivo, de lo local con lo internacional.

Multifacética porque tiene diversas caras y se adapta con facilidad a diversos contextos ecológicos y sociales. Ni Bogard, ni Alberto pueden considerarse representativos ni de su cultura ni de su edad ni de su clase; pero en la singularidad de sus historias pueden descubrirse condiciones sociales generales.

Los *hipsters* son, sin duda, una solución simbólica, y por lo tanto ilusoria, pero no por ello su papel es menos importante, ya que sirven para conferir a los jóvenes en el difícil tránsito del campo a la ciudad, de la infancia a la vida adulta, de la periferia al centro, de lo local a lo universal. Gracias a ellas, los jóvenes pueden negociar colectivamente su existencia y convertir un estigma de marginación en un emblema de identidad.

Todo el conocimiento, las representaciones sociales, los valores, las rutinas y prácticas sociales, las expectativas y los objetivos, construyen la arquitectura cultural, el mundo de vida, en el que se insertan los jóvenes de hoy y donde aprenden aprendiendo y donde lo modifican haciendo su realidad en el diálogo social del día a día. Centrarse en este tipo de propuesta es un modo de proponer una reflexión desde múltiples perspectivas, enriqueciéndonos desde otras disciplinas y considerando a los jóvenes como pluralidades complejas.

También, recuperar la perspectiva del actor nos permite darle la explicación subjetiva, grupal o personal que tiene la construcción de propuestas culturales. Donde los sujetos encuentran sus espacios de construcción dentro de la sociedad desde propuestas alternativas, esta propuesta nos permite darle una descripción y explicación densa a este grupo llamado *hipster*, conocer sus producciones culturales y simbólicas, así como las lógicas de asociación que tienen.

La pertenencia a una determinada subcultura es un modo de navegar a contracorriente en una sociedad fuertemente individualizada y sometida a una ardua competitividad. El grupo de amigos es el referente principal del joven que trata de buscar una salida ante la insatisfactoria realidad que se le presenta como futuro, ya sea para evadirla o para enfrentarla. La máxima pretensión es la diferenciación del resto del mundo, sin embargo, en el intento por ser distinto, paradójicamente se recae en la igualdad grupal.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor y Max Horkheimer.

La sociedad. Lecciones de sociología.

Editorial Proteo.

Buenos Aires, 1969.

BOURDIEU, Pierre.

La miseria del mundo.

Editorial Fondo de cultura Económico.

Buenos Aires, 2007.

BOURDIEU, Pierre.

El sentido práctico.

Editorial Taurus.

Madrid, 1991.

BRAUDILLAR, Jean.

De la seducción.

Editorial Cátedra.

Madrid, 1989.

CAFFARELLI, Constanza.

Tribus Urbanas. Cazadores de identidad.

Editorial Lumen.

Buenos Aires, 2008.

ELENA Y RIGATUSO, Elizabeth.

Competencia y variedades del español en la Argentina: pasado y presente.

Editorial Universidad Nacional de Tucumán.

Argentina, 2008.

FEIXA, Carles.

De jóvenes, bandas y tribus.

Editorial Ariel. Tercera edición.

Barcelona, 2006.

FLECHA, Ramón y Gómez, et al.

Teoría Sociológica Contemporánea.

Editorial Paidós Ibérica.

Barcelona, 2001.

GELLES, Richard.

Sociología con aplicaciones en países de habla hispana.

Editorial McGraw-Hill.

México, 2000.

GIDDENS, Anthony y TURNER, Jonathan, et al.

La teoría social, hoy. Editorial

Alianza.

Buenos Aires, 2005.

GONZÁLEZ García Moisés.

Filosofía y Cultura.

Editorial Siglo XXI. Tercera edición.

España, 2002.

GOFFMAN, Ken.

La contracultura a través de los tiempos.

Editorial Anagrama.

Barcelona, 2005.

GUBER, Rosana.

El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo.

Editorial Paidós.
Buenos Aires, 2008.

HABERMAS, Jünger.
Teoría de la acción comunicativa I.
Editorial Taurus.
Buenos Aires, 1989.

HEBDIGE, Dick.
Subcultura. El significado del estilo.
Editorial Paidós.
Barcelona. 2004

HONNETH, Axel.
Reificación. Un estudio en la teoría del reconocimiento.
Editorial Katz.
Buenos Aires 2007.

LANHAM, Robert.
The Hipster Handbook.
Editorial Anchor Books.
Nueva York. 2001

MARGULIS, Mario, et al.
La cultura de la noche. La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires.
Editorial Biblos. Tercera edición.
Buenos Aires 2005.

MARTIN, Jesús.
De los medios a las mediaciones.
Editorial Gustavo Gili.
México, 1987.

MARTIN Serrano, Manuel.

La Producción social de comunicación.

Editorial Alianza.

México, 1993.

MARTIN Serrano, Manuel.

La mediación social.

Editorial Akal. Segunda edición.

Madrid, 1978.

MOLES, Abraham y Elisabeth Rohmer.

Teoría estructural de la comunicación y sociedad.

Editorial Trillas.

México, 1983.

MONTESPERELLI, Paolo.

Sociología de la memoria.

Editorial Nueva Visión. Segunda edición.

Buenos Aires, 2004

MORANDE, Pedro.

Cultura y Modernización en América Latina.

Cuadernos del Instituto de Sociología, Pontificia Universidad Católica de Chile.

Chile, 1984.

PERE-ORIOL, Costa y José Pérez Tornero, et al.

Tribus urbanas. El ansia de la identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia.

Editorial Paidós.

Barcelona, 1996.

REALE, Giovanni y Antiseri Darío.

Historia del Pensamiento Filosófico y Científico. Tomo I.

Editorial Herder. Segunda Edición.

Barcelona, 2002.

REINACH, Adolf.

Introducción a la fenomenología (traducción de Rogelio Rovira).

Ediciones Encuentro.

Madrid, 1986.

RICOEUR, Paul.

Teoría de la Interpretación.

Editorial Siglo XXI.

México, 1995

RODRÍGUEZ, Tania.

El debate de las representaciones sociales en la psicología social.

Revista Relaciones del Colegio de Michoacán. Vol.24, N.93, Invierno, 2003.

Universidad de Michoacán.

México, 2003

SAINTOUT, Florencia.

Jóvenes: el futuro llegó hace rato.

Editorial Universidad Nacional de La Plata.

Argentina, 2006.

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene

Estrategias de investigación cualitativa

Editorial Gedisa.

Barcelona, 2006.

WILLIAMS, Raymond.

Marxismo y literatura.

Editorial Península.

Buenos Aires, 1977.