

Tendencias

La construcción identitaria de la juventud

Malditos antimodelos

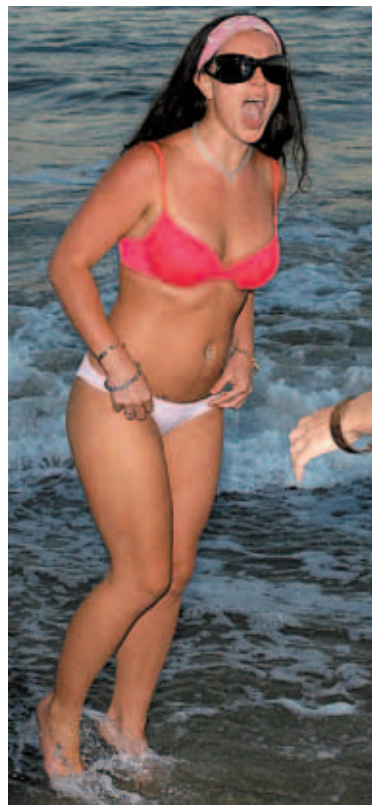
Las celebridades 'basura' son un peligroso referente para una juventud pegada a la tele

Si la juventud crece enganchada a la tele y en la tele tienen un papel principal las celebridades *basurilla*, la juventud crece, consecuentemente, enganchada a las celebridades *basurilla*. Y esta sencilla regla de tres es sólo la punta del iceberg del montante de *frikis* que aparecen en portales de internet tan populares entre la adolescencia. Sí, los medios proyectan hoy personalidades de escasa relevancia, como las cantantes Britney Spears o Lindsay Lohan, cuyo reconocimiento mediático sólo es proporcional a sus adicciones y descontrol: alcohol, drogas, detención por conducción temeraria...

La transgresión que tanto anhele la adolescencia no la protagonizan ya Coltrane, Hendrix, Morrison, Joplin o Keith Richards, quienes al tiempo que destrozaban su vida nos dejaban un legado artístico aún vigente, sino *colgados* de la escena musical como Pete Doherty -*soy tan chulo que me drogo y encima me caso con un bombón*- o la rebelde Amy Winehouse, a quien enganchan por igual el camino de las drogas como el tormento *pasional* por el que la lleva su marido.

¿No debería ese panorama gazmoñoso actuar de antimodelo para una generación obsesionada por las actitudes *cool*, el *look guai* o la vida *trendy*? ¿No se sitúa en las antípodas de lo imitable o admirable la imagen de la Spears en bragas y sostenes, pillada in fraganti en un improvisado baño nocturno? Los medios explotan su decadencia vital y artística, pero ¿cómo recibe ese mensaje la juventud?

"Tal vez para la generación de padres de la actual juventud esos personajes funcionan como antimodelos, pero no para los jóvenes.



Britney Spears. De niña prodigio pasó a celebridad alcoholizada. Este verano se la pilló en bragas en Malibú

DROGAS Y ROCK & ROLL

Los héroes de la transgresión ya no son Morrison o Hendrix sino cualquier Doherty

EL ANTIHÉROE COMO MODELO

"El fracaso vale -señala Cardús- para justificar la pereza social e instalarse en la miseria"

Da igual que la prensa los presente como perdedores; la gente no lee. Además, el mensaje social es que ese modo de transgresión funciona, pues Kate Moss cobró más después del escándalo por consumo de droga", señala la socióloga Cristina Sánchez Miret. "Más que antimodelos, son modelos para la actual juventud, a la que le gusta todo aquello que triunfa, no importa el signo del triunfo; la cuestión es tener dinero y salir en los medios",

Miret recuerda que una parte importante de esos jóvenes vive al margen de la cultura, lo que limita su sentido crítico. "No tienen opinión sobre nada y son débiles seguidores de esos ideales de triunfo, pues no tienen otros".

Con ella coincide Salvador Cardús, para quien, hoy por hoy, la vara de medir el éxito o el fracaso no tiene nada que ver con los coeficientes clásicos: ahora se busca la notoriedad mediática. "Ni siquiera ganar dinero es el modelo: con ser famoso y reconocido es suficiente", afirma el sociólogo. "Y si romper los cánones estéticos da cierta notoriedad, eso es el éxito".

Cardús advierte de que para que esos famosos llegaran a funcionar como antimodelos deberían existir unos modelos, y esos no están. "Por eso -añade- cualquier participante de *Gran Hermano* u otro perfil grotesco, donde prevalece la fealdad y lo *cutre*, se manifiesta como modelo. Es una forma de jugar a cierta ambigüedad antisistema/comercial".

Así las cosas, el antimodelo no sería tal, sino un antihéroe que se convierte en modelo. El fracaso puede ser, según Cardús, un elemento de autojustificación de la pereza social, del no querer participar, de querer apalancarse en casa hasta pasados los 30 y sobrevivir



MATT CARDY / GETTY IMAGES
Kate Moss y Pete Doherty. Vivir colgados de las drogas no parece devaluar el caché de esta pareja



Escápate

Tú eliges

- Puentes • Fines de Semana • Navidad • Fin de Año / Reyes
- Costas • Turismo Rural • Balnearios • Islas • Europa • Mediterráneo • Caribe • Cruceros • Grandes Viajes • Sky

Reserva ya tu plaza en Viatges Marsans

Vete... tienes 10 meses para pagar

Plan Vacaciones 10

- Paga en 10 meses
- Sin Intereses
- Sin necesidad de tarjeta

Con Viatges Marsans disfruta ya de tu escapada y paga en 10 mensualidades sin ningún coste adicional y sin necesidad de tarjeta de crédito. Con autorización inmediata. Sin trámites complejos y engorrosos.



desafío español 2007
32ª America's Cup Challenger
Valencia

902 30 60 90

www.marsans.com



viatges marsans

NOTORIEDAD

El éxito o el fracaso no se miden por la vara de antes: salir en la tele es lo que se considera un éxito

**LAS DROGAS**

El aumento de consumo de drogas y el del abandono escolar están relacionados

JUVENTUD SANA

Existe una juventud sana que rechaza a los famosos con 'daños colaterales', tipo Paris Hilton

ANTIHEROES

El antimodelo no es tal, sino un antihéroe convertido en modelo a través de los medios

con trabajos precarios. "El vividor pobre se ha convertido en un modelo -dice el sociólogo-, instalarse en la miseria que no te exige nada es confortable. Y ya es lo normal".

Sin embargo, y rompiendo con las generalizaciones -dichos especialistas recuerdan que existen muchos y diversos mundos aparte entre la actual juventud-, la psicóloga Virginia Trémols, de USP Institut Dexeus, apunta que para la gente mentalmente sana esa farándula sí actúa como antimodelo: "Existe una juventud que tiene buenos valores y busca la salud, y se horroriza ante personajes del estilo Paris Hilton. Muchas adolescentes se rien con ella. Aunque vayas vestida de Versace no es nada cool pasarte por la cárcel ni posar al salir de prisión con cara de 'hacedme otra que en esta no he salido bien'. Además queda horrorizada por la estética hortera y nada fresca de esta joven adinerada, tan enlacada y señorona", interpreta Trémols.

Pero, ¿a qué adolescente no le gusta destacar por algo? Si no es posible por cuestiones positivas, explica Trémols, el chaval que no da pie con bola en los estudios o los deportes, siempre puede ver en la gamberrada, el dinero fácil o la posibilidad de triunfo que representan esas celebridades un modelo que seguir.

Aun así, la gran prueba de que hay una juventud lúcida es su reacción ante programas de televisión donde los invitados se insultan.



Amy Winehouse, que recibía de esta guisa a la revista *Rolling Stone*, parece tener un pacto suicida con su marido, el también músico Blake Fielder-Civil, pero no reconocen su drogadicción



Lindsay Lohan. La cantante sigue los pasos de sus amigas Britney Spears y Paris Hilton, con las que sale de marcha. Lohan se las ha tenido que ver con la justicia y con las curas de rehabilitación

ARCHIVO



Paris Hilton. Pendientes estuvimos de la 'mala suerte' de la heredera al ser condenada por violar su libertad condicional al conducir en estado ebrio. Así de sonriente salió de la cárcel

"Lo ven como un circo -dice Trémols-. Es más: esos jóvenes son más sanos que los adultos enganchados a programas rosa. Les resultan patéticos y esos personajes tipo Hilton o Doherty no les despiertan empatía, pues tienen actitudes prepotentes: Hilton no parece arrepentida ni Doherty necesitar ayuda para salir de las drogas".

Qué duda cabe de que en una sociedad más y más cambiante, en la que los referentes identitarios tradicionales están en crisis, quienes imponen valores son los medios y la publicidad, apunta el psicólogo Jordi Royo, asesor clínico del centro Amalgama 7. Según las encuestas del CIS, los jóvenes de entre 14 y 19 están poco interesados en la política o la religión, pero ¿cuántos

REBELDÍA ENLATADA

"Aunque vistas de Versace, no es 'cool' pasarse por la cárcel", dice Virginia Trémols

hay cuya forma de diversión no pase por una rave? El 50% de los jóvenes escolarizados fuma porros; España supera a Gran Bretaña en consumo de cocaína y está entre los países con más abandono escolar.

"El aumento de consumo de drogas y el de fracaso escolar son de algún modo causa efecto", afirma Royo. "Raramente se debe a motivos cognitivos la dificultad en los estudios, sino a la falta de motiva-

ción. Se enaltecen valores que generan los líderes de opinión, es decir, los famosos, y se denosta el trabajo y la constancia. Salir, consumir drogas y alcohol, y conducir motos de altra cilindrada se ha convertido en referente. Habría que reflexionar -concluye Royo- sobre qué estamos de acuerdo en poner en valor. Un ejemplo: el programa *Supermodelo*, donde las chicas son maltratadas y vejadas. Si decimos que hay que regular la publicidad de agentes patógenos que pueden perjudicar la salud pública, ¿no deberíamos poder regular programas que pueden incidir en la salud social, potenciando subliminalmente trastornos de la alimentación o el papel accesorio de la mujer sólo como belleza física?".●

"Esta generación se salva por ser menos rebaño"

M. Chavarría
Barcelona

No es muy práctico andar permanentemente colgado del alcohol y las drogas o de la tontería y el consumismo. No es un estilo de vida apto para bolsillos anónimos. Ésta es una de las razones por las que Paris Hilton no podría condicionar en exceso la conducta de nuestra juventud -aunque a no pocos les funciona el "si ellos lo hacen todo el tiempo, no pasará nada porque yo lo haga de tanto en tanto"- . Con todo, el *momentum* que le ha tocado vivir a nuestra juventud condiciona su forma de construirse una identidad. Los rituales parecen obsoletos, de forma que si antes, en el paso a la edad adulta, la gente edificaba su propio personaje y los referentes eran de vital importancia, hoy esta construcción consiste en un auténtico bricolaje: un poco de esto y otro de aquello.

"Antes la gente tenía que hacer un *building*, construirse un personaje para darse a conocer, pero ahora las oportunidades para hacerse visible pasan por cualquier cosa. Todo el mundo puede tener su momento de gloria y la multitud más que nunca comparte una pasión: salir de la multitud por un instante", indica el psicoanalista Francesc Vilà.

Probablemente no es época de modelos y antimodelos, aunque tal vez sí de aspectos concretos de conductas modélicas o reprobables. El psicólogo Jaume Funes, ex adjunto del Síndic para la infancia y ex secretario de Bienestar i Família, señala aquí que, más allá del éxito económico y social, a lo que en estos momentos aspira la juventud es a tener lo que tienen otros: en el caso de las celebridades sería el dinero, la fama, el salir en la tele o aparecer en el YouTube, pero no el conjunto de la persona.

"Hoy es más atractivo un personaje cercano, como el profesor enrollado, lo demás son modelos que sugieren pautas -dice Funes-, si bien esos famosos tienen efecto en la medida en que llegan a mucha gente y normalizan y convierten en aceptables conductas discutibles, como el lenguaje soez de televisión que hace que se hable del mismo modo".

Esta manera de conformar la propia personalidad a partir no ya de figuras concretas sino de las actitudes publicitadas está ligada al modo en que esos jóvenes se comunican y aprenden. Así lo analiza la psicóloga Virginia Trémols al recordar que las anterior-

res generaciones leían de la página cero a la cien, de forma lineal, mientras que Google y la tecnología les aboca ahora a un picoteo. "Ésa es su forma de aprender, y tenemos que encontrarles bien el canal que nos conduzca a comunicarnos con ellos. Su picoteo también tiene sus ventajas, pues son una juventud que idolatra menos. En realidad, los jóvenes de ahora son menos rebaño", considera Trémols.

Sin duda son tiempos híbridos en los que el instante es vivido de forma opuesta a cómo lo experimentan generaciones precedentes. De la cultura digital y el tiempo digital escribe el antropólogo Carles Feixa, especializado en culturas juveniles. "Los jóvenes viven a caballo entre el reloj de arena, el mecánico y el digital: según la institución en la que se encuentren, el momento de su vida o sus propios gustos personales, pueden jugar con uno u otro", señala en una metáfora Feixa.

Del síndrome de Peter Pan, encarnado por los felices *teenagers*

PICOTEO DE CONDUCTAS

"Los referentes no son ya personas concretas, sino actitudes aisladas"

EL PASO A LA EDAD ADULTA

"La adolescencia ya no se construye un personaje para darse a conocer"

de posguerra en una sociedad de consumo y capitalismo, en la que el adolescente, que se insertaba en la sociedad a través de tribus y subculturas juveniles, era el nuevo héroe consumista, hemos pasado a una juventud llamada a ser hegemónica en la sociedad futura, dice Feixa. pero que, como los replicantes de *Blade Runner*, tiene todo el mundo a su alcance sin ser ama de su destino.

"Como los replicantes de la película de Ridley Scott, los adolescentes son seres artificiales, medio robots y medio humanos, escindidos entre la obediencia a los adultos que los engendraron y a la voluntad de emanciparse (...) El resultado es un modelo híbrido y ambivalente de adolescencia a caballo entre una creciente infantilización social e inmadurez intelectual". Según Feixa, las transiciones discontinuas a la edad adulta serían uno de los rasgos de un modelo de inserción *virtual* en la sociedad.●