

5.0 OBJETIVO DE LAS REPRESENTACIONES JUVENILES DE IDENTIDAD (MODELO COMPARATIVO DE EMILIA BERMÚDEZ (2002), EN *MALLS, CONSUMO CULTURAL Y REPRESENTACIÓN DE IDENTIDADES JUVENILES*, RESPECTO AL TEXTO DE BLANCA MUÑOZ).

5.1 Proceso mass-mediático reestructurador de los referentes culturales identitarios juveniles

Los procesos de representación juvenil se pueden resumir, de cierta manera en lo visto anteriormente en el contexto de las ideologías mitológicas, a través del ensayo socio-antropológico de la Socióloga Emilia Bermúdez, en "*Malls, Consumo Cultural y Representación de identidades Juveniles*", (ponencia presentada en las jornadas Visión de Venezuela celebradas en la ciudad de Maracaibo los días 13 y 14 de Julio del 2002), que en síntesis a continuación se presenta, clarificando un poco más la idea de consumo de valores a través del los mass-media.

El proceso mass-mediático hace una reestructuración de los referentes culturales identitarios, realizando transformaciones de los símbolos urbanos. Esta construcción simbólica representativa de los jóvenes, es una fusión entre mercado (medios masivos) e interacción social, los que condicionan la estética de mercado, en un consumo de valores y mercancías. Esta cohesión, da a los individuos y

grupos, la unidad perdida en cuanto expresión de diferencias sociales y de distinción, organizado bajo la tutela de los rituales de moda y del consumo. El objetivo de la construcción de representaciones de identidad en el contexto de globalización mass-mediático actual, conlleva a un proceso de interacción y consumo simbólico comercial (Bermúdez, 2002).

La construcción de las representaciones en las identidades juveniles otorga los procesos de apropiación simbólica expresiva, que los jóvenes realizan de los medios, para convertirlos en interacciones e intercambios simbólicos que en consecuencia, construyen el sentido de pertinencia y de diferencias. Actualmente el consumo dentro del mercado visual cultural, donde en este aspecto el *look* (apariencia personal) y la moda pasan a ser los elementos fundamentales en la construcción de sus representaciones. No hacen falta las palabras. Los objetos se vuelven valiosos para la construcción de la identidad. La ropa y accesorios se convierten en los objetos principales de consumo simbólico y es precisamente el significado cultural y el valor de intercambio simbólico que los jóvenes atribuyen a esos objetos (Bermúdez, 2002).

En su conjunto la imagen corporal constituye el terreno estratégico para construir sus identidades, bien sea por:

a) La vía de integración a través de la moda dominante, como ocurre en la mayoría de los jóvenes.

b) O por la vía de la diferencia, como ocurre con las bandas callejeras, quienes tratan de construir sus imágenes a partir de dejar claramente delimitadas las diferencias con las maneras de vestirse de los otros grupos, y de esta forma expresar su resistencia a integrarse al orden impuesto por la lógica simbólica socialmente dominante (Bermúdez, 2002).

Lo que observamos, según las distinciones planteadas, es una participación de consumo globalizado de objetos simbólicos y de la organización de identidades en comunidades transnacionalizadas de consumidores, que participan en un mercado simbólico cuya variedad permite crear la ilusión de escoger entre las diversas ofertas incluyendo la imagen globalizada del "rebelde" y sus mensajes (Bermúdez, 2002).

La idea de construcción de las representaciones, identidades y diferencias, no está relacionada con el hecho mismo de adquirir o comprar un objeto, sino más bien con la manera en que cada uno de los grupos elige y expone a la clasificación en un "sistema de signos distintivos" (Bermúdez, 2002).

La definición de identidades a partir de la construcción de imágenes corporales mediadas por el consumo globalizado de símbolos y mercancías hacen que hoy las identidades juveniles sean cada vez más cambiantes. La moda es efímera y por lo tanto proporciona referentes de identidad muy frágiles. Los jóvenes, ante nuevos modos de percibir y narrar la identidad, y de la conformación de identidades con temporalidades menos largas, más precisas pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos (Bermúdez, 2002).

Hoy día las identidades son definidas por un elemento tan efímero como lo es el *look*, producto de la evaporación de discursos tales como: la ideología. En las sociedades modernas actuales los procesos de construcción de representación de identidades tiende cada vez más a desligarse de las maneras tradicionales de construir sus referentes (tiempo cronológico y memoria histórica, espacio

territorial delimitado y experiencias de vida como comunidad). Los procesos de globalización que impulsan los actores globales y la revolución social que ha implicado el desarrollo cada vez mayor de las llamadas nuevas tecnologías, llevan a un redimensionamiento en la manera como se configuran las identidades y diferencias (Bermúdez, 2002).

En este contexto, los jóvenes construyen sus experiencias de vida, mediadas cada vez más, por el consumo de símbolos globales provenientes de diversos lugares y sometidos a una fugaz permanencia. En este proceso el valor simbólico de los objetos se convierte en el principal elemento de identificación y diferenciación, no, tal y como ya se ha dicho, por el mero consumo masivo de objetos y símbolos, sino por el sentido que los diferentes grupos de jóvenes les confieren. Es decir, estamos refiriéndonos a las distintas maneras como los jóvenes construyen sus representaciones del "ser joven" y de los símbolos, prácticas y espacios de consumo, a través de las cuales lo hacen. Las diferentes maneras de apropiarse y construir culturalmente un territorio, las formas de sociabilidad y las maneras de vestir, de peinarse, los accesorios, e incluso el lenguaje gestual a través del cual los jóvenes se comunican nos hablan de diferentes maneras del ser joven (Bermúdez, 2002).

Por último, es importante puntualizar que la tendencia a construir la representación de sus identidades a partir de objetos, símbolos e iconos provenientes de los procesos culturales globales, no implica necesariamente la desaparición de los referentes locales. En definitiva lo que se quiere reiterar es la importancia que tiene, para el estudio de las identidades juveniles, el comprender que si bien la tendencia parece estar marcada fundamentalmente por los símbolos dominantes en los procesos de globalización cultural, esto no debe llevar a suponer de manera simplista que los jóvenes pierden todos sus referentes locales para entregarse al "mágico o "diabólico" mundo de la "globalización" y al consumo de mercancías. Lo que ocurre es que estamos en presencia de una dinámica compleja que supone constantes procesos de hibridación y rupturas con los enfoques tradicionalistas y patrimonialistas (Bermúdez, 2002).