

Los jóvenes no escuchan, viven

Omar Rincón¹

«Los jóvenes no están en contra
sino en otra parte, en otro tiempo y otro
espacio»

Pierre Babin

Resumen

Los jóvenes son iguales pero diferentes, participan de una simbología-mundo pero construyen redes de sentido local, no son un sindicato, pero tampoco individuos aislados. A estos jóvenes inabarcables por contradictorios pero comprensibles por sus expresiones y sensibilidades quiero referirme. Para hacerlo voy a presentar las relaciones que se dan entre jóvenes y tres referentes necesarios en estos tiempos: los adultos (llámense padres, políticos, profesores...), los medios de comunicación y los jóvenes mismos.

Términos claves: Jóvenes, Colombia.

Abstract

The youth is at the same time, equal and different. Youngs participate of a symbology related to the world, and build nets with a local sense. They are not grouped as a syndicate, as well as they are not in isolation. The author wants to talk to these unaccessible youngs, sensitive and comprehensive, presenting the relationships given between youngs and three necessary referents of these days: adults (parents, teacher, politicians), mass media, and youngs themselves

Key words: Youngs, Colombia.

¹ ENDA América Latina. FAX: 57.1.2882567P.O. Box A.A. 030864. Bogotá, Colombia. e-correo: direccio@endacol.co@nodo.apc.org

«El joven no es más que audiencia,
es un sujeto pasivo que escucha, con-
cursa, compra, imita, pero no propo-
ne»

Ismael Ortiz,
«CONFABULACIONES PRESENTES».
COLJUVENTUD, 1993.

Los grandes comprenden a los jóvenes desde su experiencia de cuando fueron jóvenes... Desafortunadamente para ellos el socialismo se murió, el muro se derrumbó y se siguen quemando palacios de justicia todos los días.

Desafortunadamente, porque la historia ha hecho caer en desgracia las utopías de los padres de los jóvenes de hoy. Estos adultos siguen insistiendo en poner su experiencia de juventud de los 60 como modelo del ser joven en los 90 y desde ahí juzgan a los jóvenes de hoy. Los grandes todo lo tienen resuelto, clasificado y desde ahí afirman que los jóvenes se localizan en uno de los siguientes tres grupos:

Los jóvenes son un problema... viven metidos en espacios, redes y expresiones que no producen dinero sino espíritu, actividades marginales y muchas veces hasta antisociales...

El juicio: A los muchachos de hoy les hace falta valores.

¿Los jóvenes? ¡«uuuyyy», qué desencanto...! Existen como por arte de magia, no hacen nada, no tienen ideales políticos ni productivos, no piensan ni leen ni sueñan..

La sentencia: Los medios de comunicación han banalizado el mundo, lo han vuelto más «light» e inocuo.

Los jóvenes viven un tiempo perdido... hay que esperar que pasen por todas las borracheras, vicios y sinsabores que ya se volverán serios y responsables. Un día se coge la senda correcta y se vuelve uno un muchacho de bien.

Ley: El presente juvenil no interesa.

No creo que ninguna de las tres caricaturizaciones expuestas hagan justicia a la manera de ser joven en esta época. Por el contrario los jóvenes de hoy no son un problema, un desencanto, o un tiempo perdido, sino que se han transformado en signos de este tiempo, espejos para develar el proyecto de sociedad que construyeron los grandes. Los jóvenes se resisten a creer que son un problema cuando lo único que hacen es enfatizar y extender las malas herencias recibidas: guerras sin sentido, capitalismo sin democracia, sueños sin referentes. Evaden el encanto de las utopías porque han visto que los grandes actúan de manera diferente a como dicen, porque han disminuido el horizonte de la revolución para crear sus universos, sus redes locales. No aceptan perder el presente por un futuro que nunca llegará y exigen oportunidades de presente.

«Con la televisión ya no sólo vivimos nuestro entorno social y político. También ayudamos a construirlo»

Beatriz Mendoza

2.- Los medios de comunicación dan existencia a una idea de joven, aquella provista por la simbología-mundo. En este intento de representar u ofrecer estilos de vida, los medios realizan tres tipos de propuestas:

La primera es la que se sigue haciendo en la televisión, radio y prensa... lo mismo de siempre pero con gente joven como protagonista, repitiendo los pensamientos adultos.

La segunda, es la que intenta hacer desde la sensibilidad y forma de mirar de los jóvenes... en los colores, texturas, amores y sabores de una cultura-mundo. En lo que podría ser manifiesto de los medios juveniles la editorial de la revista *Shock* (Revista comercial colombiana dirigida a un público juvenil) afirma que «*hablamos en tu lenguaje sobre los temas que están de moda... utilizando la música como lenguaje universal y la irreverencia como columna vertebral... Si estás en la onda de la política, la economía y cualquiera de estos temas requetepilos, lamentamos informarte que estás en el medio equivocado*». Los medios en sensibilidad juvenil-mundo solo expresan en extenso lo que hemos creado con nuestro sistema capitalista-democrático: una sociedad donde decimos que el aparentar es mejor que el ser, que el intuir es mejor que el pensar, que para ascender hay que hacer de todo con el cuerpo, que tenemos doble moral una para los otros y otra para uno, que en el consumo se construye la identidad.

La tercera, aquellas ofertas que se mueven por redes de expresión local como la música, la pintura, los amigos, los bares, la vida diaria.

Esta última alternativa es más honesta y más útil en cuanto nos permite comprender a los jóvenes como otra forma válida y distinta a la nuestra de sufrir, hacer e imaginar la vida.

Cualquiera sea la representación que realicen los medios, los grandes reaccionan furiosos o desconcertados ante tanta levedad. Si fuera por los adultos, los jóvenes sólo podrían hablar la voz y pensar los pensamientos que ellos les asignan como correctos, o las nostalgias de sus tiempos jóvenes. Se quiere que los nuevos jóvenes sean como ellos fueron por allá por los sesenta: llenos de causas políticas, repletos de utopías, críticos de todo el norte, trabajadores de la cultura, plenos de sentimientos de culpa y de palabras que liberan de la acción. Pero nunca pasa por la cabeza adulta la pregunta acerca de qué se hizo para producir estos jóvenes y estos medios de comunicación que son en simultáneo simples y leves, pero honestos y divertidos. No se quiere cambiar de disquete para comprenderlos y mirarse en los jóvenes como en un espejo.

«Somos los nómadas del presente,
que al igual que todos los nómadas,
cambiamos de sitio, emigramos, sin sa-
ber realmente por qué. Estamos bus-
cando algo y no sabemos qué»

Maria Luisa Trujillo

3.- Los jóvenes invitan a que se les comprenda desde ellos mismos. Sugieren con sus actos de todos los días que se debe cambiar la mirada. Esto implica que los grandes se permitan sentir e imaginar como jóvenes, sin dejar de ser lo que son, y comprender que los jóvenes construyen un mundo diferente desde sus sensibilidades e intuiciones individuales.

Los jóvenes de hoy no son todos lo mismo, no son una masa como los grandes se imaginan. Cada uno con sus amigos arman sus grupos de ilusiones y realizaciones cotidianas, construyen su tribu, imaginan su vida local, resisten a todo y reinventan el mundo. Sin embargo, todos son iguales en el plano general porque actúan en un escenario-mundo: ese de las músicas, las modas, las televisiones, los videos, las revistas.

Los jóvenes consumen todos lo mismo, pero le dan nuevas signifi- caciones en sus usos particulares. En últimas, los jóvenes son consumi- dores expertos, son los hijos del mercado, la televisión y el video, y saben cómo interactuar con las propuestas que estos hacen. Los jóvenes son expertos en los gustos globales pero defendiendo siempre sus gustos y sensibilidades particulares. Los jóvenes son cada uno diferente y no representan a nadie, comparten la honestidad de Kurt Cobain quien se definió como sólo una persona que se sentía incapaz de «ser el portavoz de una generación»... y él era todo una generación.

«Nos preparamos para la fiesta y
para el encuentro, para el romance o la
tragedia, para el trabajo o para la diver-
sión... le proporcionamos una investi-
dura a nuestra desnudez»

Martha Luz Gonzalez

4.- La propuesta es leer y comprender a los jóvenes como un texto social desde donde interpretar la sociedad construida.

Los jóvenes como una sensibilidad que se expresa en video y música, bares y modas, redes y cuerpos, que son su punto de encuentro y reconocimiento.

Los jóvenes, entonces, deben ser comprendidos como una multipli- cidad de formas del presente, como una posibilidad de libertad, como una manera de permanecer deviniendo uno mismo, como una aproximación diferente a la adulta con mucho que aportar.

Los jóvenes no hablan porque no se les escucha en su manera de decir, los jóvenes no se expresan como masa porque no se sienten convocados como gremio, los jóvenes guardan silencio porque no les interesan los discursos de los grandes, de la academia, de los medios. Su silencio es una elocuencia. Su silencio es algarabía en su red local... esa del rap, del rock, del baile, del juego y del amor. Me encantan los jóvenes de este tiempo... no tienen nada de que arrepentirse y sí mucho para soñar. Quiero recordar que para comprender nuestra época es necesario leerla desde los sujetos que la escriben: los jóvenes.

«El RAP es el CNN de los negros,
es nuestro último llamado de socorro...
Hoy todos los oprimidos del mundo
se pueden identificar con el RAP»
Chuck D.

5.- Una de las formas juveniles de escribir nuestros tiempos se expresa en el rap. El rap se presenta como esa sensibilidad que une desde el margen. Representa un sentimiento de exclusión, pero que sólo es capaz de expresar el olvidado social. La música permite expresividad desde el margen porque como dice un joven bogotano «los jóvenes del sur somos negros de corazón, ya que hemos sido esclavizados y marginados por la sociedad». Este estado de exclusión hace que el rap sea la mejor manera de expresar su marginalidad cultural y social. A través de esta forma musical de darse voz participan de una cultura-mundo que manifiesta su inconformismo y libertad. En el margen social los jóvenes optan por el rap, ya que les permite «identificarse con lo que la gente considera como malo porque no está en la lógica de la sociedad», dice un joven rapero. Hablar, pensar y sentir rap es importante para una sociedad si quiere comprender a sus jóvenes porque la identidad juvenil pasa y se hace en las músicas.

En Bogotá y Colombia una de las ofertas culturales más interesantes y renovadoras que hacen los jóvenes de barriada y exclusión se expresa en forma de rap (el monólogo del caos). *Peligro Social, Doble Key, Mista Rey, Etnia Rasta, Contacto rap, Lecciones de Miedo, Raza Gangster, Gotas de Rap, Ashanti*. El rap así se hace una forma local dentro de un ritmo transnacional y transmediático que se habla y baila como participación o grito social. A fines de mayo de 1994, el rap local llenó la Plaza de Bolívar para contarnos que: «Somos ciudadanos de la república rap / Y tenemos que decirlo para toda la ciudad / Cantando y bailando por todas partes / Haciendo presentaciones en un instante / Demostrándoles a

ustedes que somos gente / Que ríe, que siente y que tiene mente» (Etnia Rasta).

El **rap** es la música de este tiempo porque permite hablar con ritmo, expresar con cuerpo, sentir con realidad. Esta forma musical ha sido integrada a lo que está de moda, tanto que es uno de los géneros más comerciales de hoy, y ha sido utilizado por las políticas sociales para encantar jóvenes, sin embargo a cada grupo de **rap** que se integra a los medios y a la política oficial surge uno que se le opone. El **rap** siempre permitirá improvisar una rebeldía, una resistencia, una experiencia de tiempo diferente. En el **rap** se están escribiendo la memoria y la identidad de estos tiempos desalmados de jóvenes encantados.

FERMENTUM

Programación años 1997 y 1998

1997

Nº 18— América Latina con IHEAL (París)

**Nº 19— Género y Sociedad con CIESAS
y Colegio de México (Ciudad de México)**

Nº 20— Representaciones Sociales

1998

Nº 21—Multitemática

Nº 22— Socioantropología de la violencia

Nº 23— Socioantropología de la salud