



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ÁREA ACADÉMICA DE SOCIOLOGÍA Y DEMOGRAFÍA



**CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DE LOS JÓVENES A TRAVÉS  
DE LA VESTIMENTA Y EXPRESIONES ESTÉTICAS**

**TESINA**

PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

**PRESENTA**

MAGDALENA HERNÁNDEZ NERIA

**DIRECTORA DE TESINA**

DRA. MARÍA FELIX QUEZADA RAMÍREZ

PACHUCA DE SOTO, HIDALGO.

MAYO DE 2015.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
ÁREA ACADÉMICA DE SOCIOLOGÍA Y DEMOGRAFÍA  
LICENCIATURA DE SOCIOLOGÍA

Of. Núm.UAEH/ICSHu/AASyD/006/2015

**Asunto:** Orden de impresión

**MAGDALENA HERNÁNDEZ NERIA**  
**PASANTE DE LA LIC. DE SOCIOLOGÍA**  
**PRESENTE**

En atención a los oficios recibidos por los miembros del jurado revisor, quienes han manifestado a la Coordinación que **su trabajo cumple con los requisitos** para ser presentado en examen profesional se le **autoriza la impresión** de su tesina titulada: "Construcción de la identidad de los jóvenes a través de la vestimenta y expresiones estéticas".

**PRESIDENTE** Dr. Tomás Serrano Avilés

**SECRETARIO** Dra. María Félix Quezada Ramírez  
Directora de tesina

**VOCAL** Dra. Dalia Cortés Rivera

**VOCAL** Dra. Karina Pizarro Hernández

**VOCAL** Dr. Adrian Galindo Castro

**SUPLENTE** Dra. Angélica Reyna Bernal

**SUPLENTE** Dra. Martha Antonieta Díaz Rodríguez

Sin más por el momento le envío un cordial saludo, deseándole éxito en su carrera profesional.



ATENTAMENTE  
"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"  
Pachuca de Soto, Hidalgo, a 01 de mayo de 2015.

**DR. ADRIÁN GALINDO CASTRO**  
COORDINADOR

Carr. Pachuca-Actopan, km. 4, Col. San Cayetano, C.P. 42084,  
Tel. (01-771) 717-20-00, ext. 5222  
Coordinación de la Licenciatura en Sociología

PROMOTOR





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO  
INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
ÁREA ACADÉMICA DE SOCIOLOGÍA Y DEMOGRAFÍA  
LICENCIATURA DE SOCIOLOGÍA

Of. Núm.UAEH/ICSHu/AASyD/003/2015

**Asunto:** Autorización examen

**MTRO. JULIO CESAR LEINES MEDÉCIGO**  
**DIRECTOR DE ADMINISTRACIÓN ESCOLAR**  
**P R E S E N T E.**

Con base en los Artículos 105, fracción IV del Reglamento de Control Escolar vigente, **se autoriza a la P.L.S. Magdalena Hernández Nería** con número de cuenta 232381 a **presentar el Examen Profesional para obtener el Título de licenciado en sociología** bajo la modalidad de tesis con el documento titulado "Construcción de la identidad de los jóvenes a través de la vestimenta y expresiones estéticas", dirigida por la Dra. María Félix Quezada Ramírez.

Agradezco la atención que sirva dar al presente y aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

**"AMOR, ORDEN Y PROGRESO"**

Pachuca de Soto, Hidalgo, a 01 de mayo de 2015.



**Dr. Adrián Galindo Castro**  
Coordinador

Carr. Pachuca-Actopan, km. 4, Col. San Cayetano, C.P. 42084,  
Tel. (01-771) 717-20-00, ext. 5222  
Coordinación de la Licenciatura en Sociología



*Este trabajo está dedicado a:*

*Mis padres Adrián Hernández Hernández y Florentina Neria Martínez, a quienes agradezco su amor y su apoyo incondicional, gracias por que cada día se han esforzado por darme lo mejor, sepan que ese gran esfuerzo no ha sido en vano, esto es para ustedes. Mil gracias por ayudarme a volver realidad mis sueños, los amo infinitamente.*

*A mis hermanos Héctor, Minerva, Adrián, Isabel y Carmen, son los mejores hermanos y hermanas; muchas gracias por su apoyo, por su comprensión, por creer en mí y por todo el amor que me dan, espero se sientan orgullosos de mí, les prometo seguir siempre adelante y corresponderles su apoyo, también los amo.*

*Una especial dedicatoria para mi cuñado Pedro Remez Barrientos, quien ahora se encuentra en camino hacia la trascendencia, físicamente ya no está entre nosotros pero su espíritu nos acompaña. Fue un gran ejemplo de superación, gracias a su apoyo y a su trabajo fue posible terminar mis estudios. Mil gracias, siempre te recordaré con cariño.*

*A mis sobrinos (as) y demás familiares que siempre han estado cerca de mí.*

*A mi directora de tesina Doctora María Félix Quezada Ramírez, muchas gracias por el apoyo brindado, por su paciencia y por la confianza depositada en mí.*

*A todos los (as) maestros (as) que a lo largo de la carrera me compartieron su conocimiento, mil gracias por sus enseñanzas y por su paciencia.*

*A mis amigos (as), compañeros (as) de viajes, de miles de aventuras, gracias por escucharme, por motivarme, por apoyarme cuando las cosas iban mal, por su comprensión, por ayudarme a superar cada obstáculo, gracias infinitas por su amistad. Los (as) amo a todos (as).*

*Concluir este trabajo no fue nada fácil, gracias a la fuerza interior que hay en mi ser, a la perseverancia y a todas las personas que mencione anteriormente pude vencer cada obstáculo y seguir con este sueño, tuve que creer verdaderamente en mí para no abandonar este proyecto, realmente fue muy difícil pero por fin después de tantas pruebas superadas aquí está mi investigación concluida.*

*¡ Mil gracias ¡*

*Con amor infinito Magda.*

*Mayo, 2015*

## **INDICE**

### **INTRODUCCIÓN ..... 8**

Planteamiento del problema.....	10
Objetivos .....	11
Hipótesis.....	12
Metodología.....	12
Descripción capitular .....	14

### **CAPÍTULO I EL ESTUDIO DE LA JUVENTUD, LA IDENTIDAD Y LA VESTIMENTA ..... 15**

1.1 Emergencia de la juventud como categoría social .....	17
1.1.1 La cultura juvenil.....	21
1.1.2 Los jóvenes en la década de 1960 .....	24
1.2 Industria cultural juvenil e identidad.....	28
1.2.1 La industria cultural juvenil.....	28
1.2.2 Concepto de identidad.....	32
1.2.3 Identidades juveniles y su diversidad.....	34
1.2.4 Grupos juveniles .....	37
1.3 El acto de vestir en la sociedad.....	39
1.3.1 El vestir como envoltura social del cuerpo .....	41
1.3.2 La moda .....	44
1.3.3 Relación cuerpo, vestimenta e identidad.....	47
1.3.4 La identidad y la vestimenta desde la perspectiva de Giddens, Simmel y Goffman .....	52

### **CAPÍTULO II LOS JÓVENES EN MÉXICO Y EN HIDALGO ..... 59**

2.1 La medición demográfica de la juventud.....	60
---	----

2.2 Población joven en México.....	61
2.2.1 Características sociodemográficas de los jóvenes de México .....	62
2.3 Población joven en Hidalgo.....	64
2.3.1 Características sociodemográficas de los jóvenes de Hidalgo.....	65
<b>CAPITULO III RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS DE DOS JOVENES DE LA CIUDAD DE PACHUCA.....</b>	<b>68</b>
3.1 Román .....	69
3.2 Bee.....	71
<b>CONCLUSIONES GENERALES .....</b>	<b>74</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>80</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>96</b>

## INTRODUCCIÓN

Actualmente podemos observar en las calles de la ciudad una innumerable diversidad con respecto a la manera en cómo se visten los jóvenes, las diversas modas que emergen día con día, las mezclas de diferentes estilos representando formas de vestir que rompen totalmente con las maneras convencionales.

Lo anterior fue uno de los motivos principales para que se realizará esta investigación, la atención se centró en retomar las formas de vestir poco convencionales y abordarlas desde una perspectiva sociológica con la finalidad de conocer entre otras cosas cuál es el origen de dichas expresiones vestimentarias, qué significado tienen, por qué son los jóvenes los que adoptan esos estilos y qué es lo que representa para ellos.

Otra causa por la que se llevó cabo esta investigación es la creciente importancia de los medios visuales en la sociedad contemporánea. En sociología existe un interés por la sociología visual entendida como: “una sociología cuyas observaciones se plasman en imágenes, en sociología visual el investigador emplea imágenes como fuente de datos, se centra en la imagen como instrumento de investigación de las relaciones sociales” (Ortega, 2009: 167). Por ello, la investigación se apoyó de los medios visuales como la imagen; es decir, la apariencia de los jóvenes y a su vez las imágenes o símbolos que usan los jóvenes en su vestimenta. De hecho, cuando se camina por las calles de cualquier ciudad uno se percata del gran abanico de expresiones en la vestimenta de los jóvenes. Desde mi punto de vista, ellos son los que más destacan en su manera de vestir, con respecto a los demás grupos de edades existentes en la sociedad; los niños visten sin extravagancias y de igual manera lo hacen la mayoría de los adultos, quienes son más reservados y discretos en cuanto a su vestimenta. Es decir no llaman tanto la atención como lo hacen aquellos jóvenes que se atreven a romper con la manera de vestir convencional y utilizan todo tipo de creatividad para diferenciar su imagen del resto de la sociedad.

El tercer elemento que se consideró para emprender este proyecto es la característica demográfica de la población joven en el escenario nacional. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011), México es un país de

jóvenes pues la mitad de la población mexicana tiene 26 años o menos. En lo que respecta la población entre 15 a 29 años en 2010 este representaba 26% de total de la población mexicana. De estos 76.9% residen en localidades urbanas y 23.1% en localidades rurales. Por lo que un estudio de jóvenes se torna relevante dado el peso demográfico que tiene este sector de la población.

Finalmente en relación con esta investigación yo misma me identifico como joven, pues de igual manera mi vestimenta expresa parte de mi identidad por tanto este tema no es muy ajeno a mí. De hecho yo también me cuestiono el por qué uso la ropa que llevo, qué es lo que me motiva a seleccionar los colores, las imágenes impresas en las playeras, los tenis, las marcas de ropa, los símbolos y los accesorios.

### **Planteamiento del problema**

Desde mi punto de vista los jóvenes que más hacen resaltar su expresión por medio de la vestimenta, y quienes buscan diferenciarse de los demás a través del decoro corporal, son vistos como algo anormal en la sociedad. Es decir, son percibidos como sujetos que infligen, son discriminados por las instituciones, la misma sociedad ha creado categorías para definirlos; como estigmas y estereotipos, siempre y cuando viéndolos desde una perspectiva inferior y negativa, ya que no se encuentran en conformidad con la imagen establecida como ideal por la cultura dominante.

El contexto social en el que se inscriben los jóvenes es muy importante, se trata de la época en la que vivimos actualmente. Para el mercado capitalista el sector joven de la sociedad es muy importante, tiene consciencia de que es una fuerza de consumo, quien está detrás de los mercados tiene como objetivo imponer imágenes idealizadas con el fin de que los jóvenes consuman todo tipo de productos para el cuidado y la presentación de la imagen personal. De esta forma, el mejor aliado del mercado capitalista es la publicidad, la cuál es difundida por los

medios de comunicación. Esto conlleva a idealizar una imagen que es aceptada como la correcta, mientras que por otro lado se estigmatiza y se sanciona a quien no cumpla con las características de la imagen idealizada.

En un momento como el actual, las dimensiones ideológicas de la corporalidad están marcadas por la cultura de la imagen en una sociedad de consumo. Los signos se consumen como mercancías desde las que se producen los intercambios simbólicos, comunicativos, emocionales o sexuales. “Este cuerpo imaginario ha sido tallado por la ciencia y la técnica de la época, promocionado a través de la publicidad, impuesto a los jóvenes de hoy como un ideal máximo, tanto para mujeres como para hombres [...] los sujetos atendemos a los imaginarios culturales que nos impone la cultura dominante que nos masifica, nos aliena” (Jaramillo en Alcoceba, 2007:79).

Ahora bien, la pregunta de investigación planteada en este proyecto es la siguiente:

- ¿Cómo se construye la identidad de los jóvenes a través de la vestimenta y el decoro corporal?

## **Objetivos**

- Destacar la importancia del cuerpo como medio de comunicación no verbal, y cómo éste se ha convertido en un instrumento para transmitir información acerca de los individuos.
- Conocer las causas que han originado la diversidad de identidades juveniles que existen en la sociedad contemporánea.
- Demostrar con bases teóricas y prácticas de qué manera la vestimenta y el decoro corporal conforman la identidad de los individuos.

## **Hipótesis**

Las hipótesis planteadas en esta investigación son las siguientes:

- La diversidad de expresiones culturales juveniles, es una consecuencia de las circunstancias sociales en las que vivimos actualmente, ya que la sociedad moderna nos ofrece una infinidad de posibilidades, nos da cierta libertad de toma de decisiones donde somos libres de rechazar o aceptar formas de comportamiento y de consumo.
- La vestimenta conforma un medio de expresión para los seres humanos, a partir de ella se expresa en gran medida la identidad de cada persona, es un medio de comunicación no verbal que sirve de presentación ante el mundo social, la sociedad contemporánea ha dado gran importancia a la apariencia, a partir de ella ha idealizado, clasificado y estigmatizado a los individuos.

## **Metodología**

La metodología empleada en este proyecto fue la revisión documental de los conceptos utilizados como juventud, identidad y el acto de vestir, así como el contexto histórico de acontecimientos clave relacionado con la emergencia de la juventud, y la importancia de la vestimenta en la sociedad a través de diferentes épocas. Posteriormente para complementar el planteamiento teórico fue necesario acudir en busca de algunos referentes empíricos, es decir jóvenes informantes, para escuchar la justificación que afirman con respecto a la manera en que visten y decoran su cuerpo.

Por otra parte, se realizó la revisión de datos estadísticos que dieron cuenta del peso demográfico de los jóvenes en el país y su situación socioeconómica. Las principales fuentes de información fueron las siguientes:

- Bibliográficas: libros, artículos, publicaciones de revistas académicas científicas especializadas en el tema de investigación.
- Imágenes fotográficas y audiovisuales: como complemento a la información escrita.
- Informantes: jóvenes con quienes interactúe a través de la observación participante, de los que obtuve información a través de entrevistas.
- Métodos Cualitativos: Entrevistas semiestructuradas.
- Métodos Cuantitativos: Datos estadísticos sobre la juventud.

El trabajo de campo se delimitó a la zona del centro de Pachuca de Soto, y la estrategia metodológica fue la siguiente:

- Buscar a jóvenes que usaran una vestimenta extravagante con respecto a la establecida convencionalmente.
- Tener contacto con ellos para plantearles el objetivo de la investigación y saber si estaban en la disposición de participar.
- Realizar una entrevista semiestructurada, dicha entrevista incluyó preguntas sobre su situación socioeconómica, la conformación de su identidad, preguntas donde detallaran el por qué usan determinada vestimenta y así profundizar en el significado de su apariencia.

Por tanto esta investigación se complementó con datos históricos, materiales visuales como imágenes publicitarias y fotografías, métodos cualitativos (observación participante, entrevista tipo semiestructurada para conocer la opinión de los jóvenes) y métodos cuantitativos (datos estadísticos sobre la juventud).

## **Descripción capitular**

El primer capítulo de la presente investigación se divide en tres apartados. En el primero se hace una revisión histórica del contexto social en el cual emerge la juventud como grupo de edad y como categoría social, posteriormente se plantea la manera en que se consolidó como cultura durante la década de 1960 periodo en el que los jóvenes se convirtieron en protagonistas revolucionando la cultura y la sociedad.

En el segundo apartado se plantea la emergencia de las industrias culturales juveniles, ya que la juventud al consolidarse como grupo de edad con mayor independencia y poder adquisitivo se vuelve un sector importante de consumo. También se hace énfasis en el concepto de identidad; fundamental para esta investigación, posteriormente se aborda la diversidad de identidades juveniles emergentes en la época contemporánea.

En el tercer apartado del primer capítulo se describe el concepto del acto de vestir como envoltura social del cuerpo, y se plantea la relación de las tres categorías fundamentales de la investigación las cuales son: juventud, identidad y vestimenta. Tomando como soporte teórico conceptos de Anthony Giddens, George Simmel y Erving Goffman.

El capítulo dos está dedicado a las características sociodemográficas de la juventud en México y en el estado de Hidalgo. Se revisan datos estadísticos sobre situación conyugal, educación y empleo. Aquí se destaca el papel demográfico que tienen los jóvenes en el país.

Finalmente en el último capítulo se presentan testimonios de dos entrevistas realizadas a dos jóvenes de la ciudad de Pachuca Hidalgo, que destacan por su apariencia demasiado expresiva.

## CAPÍTULO I

### EL ESTUDIO DE LA JUVENTUD, LA IDENTIDAD Y LA VESTIMENTA

*“Si las puertas de la percepción  
fueran depuradas,  
todo aparecería ante el hombre  
tal cual es: infinito”*

*William Blake*

En este primer capítulo se divide en tres apartados; en el primero de ellos se da respuesta a la pregunta: ¿Qué es la juventud? La cual es la categoría principal de esta investigación, al igual se describe cómo se consolidó como grupo social y qué factores económicos, políticos y culturales influyeron en su emergencia, tomando como eje principal el contexto social e histórico del que emerge.

En el segundo apartado se plantea el concepto de identidad juvenil, para después dar paso a explicar el surgimiento de la diversidad de identidades juveniles a partir de las industrias culturales.

Finalmente el tercer apartado se dedica al planteamiento teórico del acto de vestir retomándolo como una práctica cultural que refleja condiciones sociales.

El propósito de este capítulo es contextualizar la relación existente entre los jóvenes, la identidad y la vestimenta, plantear una reflexión acerca de la manera en que la vestimenta se configuró como una característica fundamental de la identidad personal y colectiva.

Por tanto el estudio del cuerpo vestido es sin duda alguna muy importante para analizarlo desde una perspectiva sociológica. En los estudios de sociología clásica se deja muy de lado el estudio del cuerpo ya que era visto como una cuestión de identidad biológica, fue a partir de la segunda mitad del siglo XX que la sociología comenzó a interesarse por el estudio del cuerpo como un medio de expresión cultural, como un medio de comunicación no verbal y enfatizando en el poder que tiene el cuerpo de expresar cuestiones meramente sociales. El cuerpo comenzó a ser estudiado como entidad simbólica; entender el vestir como un sistema de signos, de esta manera en sociología se puso atención en reconocer el cuerpo como un medio que expresa condiciones sociales. El mejor ejemplo al respecto es el trabajo de Erving Goffman en su estudio sobre la presentación de la persona en la vida cotidiana realizado en 1959, al igual se encuentran los trabajos de H. Blumer, A. Schutz, Merleau Ponty, entre otros.

## 1.1 Emergencia de la juventud como categoría social

En las sociedades de épocas anteriores al siglo XX, no existe alusión alguna sobre el grupo de edad que se encuentra entre la niñez y la adultez, ya que los niños pasaban directamente a convertirse en adultos, debido a que adquirían madurez biológica lo que les permitía comenzar su etapa de reproducción y así mismo conformar una familia e incorporarse al trabajo, llevando así un estilo de vida adulta. En otras palabras los niños en cuanto adquirían madurez biológica comenzaban a reproducirse y a trabajar incorporándose a su sociedad porque así lo establecían las reglas que dominaban en las sociedades de épocas pasadas.

De acuerdo con Roberto Brito Lemus:

La conceptualización de la juventud es una consideración histórica, en la medida en que esta categoría es una construcción histórica. Los jóvenes y los niños eran considerados como adultos pequeños, no existía un estatus diferenciado para cada una de estas categorías. Al no ser nominados de manera diferenciada distinguiendo su especificidad, no se les asignaba un reconocimiento y una certificación como categorías específicas. No constituían un espacio simbólico dentro de la sociedad donde pudieran reconocerse y diferenciarse de los demás. No cabía una idea de la “infancia” y la “juventud” como conceptos, por lo tanto, no había una conciencia de la naturaleza particular de estas categorías (Brito, 2002:47).

Estas nuevas categorías “infancia y juventud” fueron diferenciadas, una de la otra y con respecto a la categoría adulta, la juventud se diferencia de la infancia principalmente por factores biológicos ya que a partir de la maduración de los órganos sexuales, el ser humano se encuentra en condiciones fisiológicamente óptimas para la procreación, en cambio la diferencia entre juventud y edad adulta está establecida fundamentalmente por condiciones sociales, las cuales varían conforme a la época y al lugar.

La diferenciación con el adulto se da en el plano de lo social. En la medida en que el joven se encuentra en su proceso de inserción en la sociedad, y aunque ya esté apto para reproducir a la especie, todavía

no se incorpora plenamente en los procesos de reproducción de la sociedad, de esta manera la juventud es también un proceso de doma y asimilación de las normas que permiten la cohesión social (Brito, 1996:4).

Durante el siglo XIX con la consolidación de la modernidad<sup>1</sup> en los países de occidente, se estableció una nueva manera de concebir el mundo y las relaciones sociales, se implantó un sistema social ordenado racionalmente, se proclamó una sociedad democrática caracterizada por la igualdad y la libertad. Es primordial señalar que el principal portavoz de dicha visión del mundo es el sistema capitalista que comenzó a dominar los mercados y la manera de percibir la realidad; ordenando las relaciones sociales. Al respecto Pierre Bourdieu señala lo siguiente: “Las clasificaciones por edad (y también por sexo, o claro por clase...) vienen a ser siempre una forma de imponer límites para producir un orden en el cual cada quien debe mantenerse, donde cada quien debe ocupar su lugar” (Bourdieu, 1978:164).

De esta manera, el autor afirma que la clasificación de la edad es producto de la implantación de un orden para el funcionamiento correcto de la sociedad, es decir ahora se pertenecía a un rango de edad (niño, joven, adulto o anciano), a una clase social (clase baja, clase media, clase alta), a un determinado estado nación, a una raza, o a un género.

Otro factor que favoreció al desarrollo de la juventud como grupo de edad claramente definido fue la regulación del acceso al mercado laboral y de las condiciones de trabajo de niños y adolescentes. Esto fue muy importante para fomentar la independencia de los jóvenes ya que se aseguró el ingreso al campo laboral y el mantenimiento de un estatus social, otorgando a los jóvenes poder

---

<sup>1</sup> Modernidad: Por lo general se sostiene que la Modernidad se inició con el Renacimiento y que se la definió por referencia a la antigüedad. Desde el punto de vista de la teoría sociológica alemana de fines del siglo XIX y comienzos del XX, a la que le debemos en gran parte nuestro modo de entender hoy el término, la modernidad se contraponen al orden tradicional e implica la progresiva racionalización y diferenciación económica y administrativa del mundo social (Weber, Tönnies, Simmel): procesos que dieron origen al moderno estado capitalista e industrial (Featherstone, 2000:24).

adquisitivo, por consiguiente el sistema económico capitalista fue quien legitimó la categoría de ser joven, le otorgó autonomía, derechos y obligaciones.

El otorgamiento de ciudadanía influyó para que los jóvenes fueran más independientes. Al respecto los jóvenes podían elegir entre seguir estudiando o independizarse para insertarse al campo laboral, de acuerdo a estas circunstancias la ideología dominante le adjudicó rasgos distintivos a dicho grupo de edad. En este sentido Rosana Reguillo afirma lo siguiente:

En esta emergencia de la juventud como sujeto social ha desempeñado un papel fundamental el paso de la ciudadanía civil a la ciudadanía política (Marshall, 1965), en el sentido de la complementación de los derechos individuales, la libertad, la justicia y la propiedad, con los derechos a participar en el espacio público (Reguillo en Medina, 2000:22).

La organización de la sociedad cambió totalmente, el desarrollo del estado moderno creó toda una serie de instituciones y reglamentaciones que les otorgan un perfil característico a los jóvenes y facilitaron tanto su organización como su actuación de forma independiente.

La forma de concebir el mundo fue cambiando, las ideas en cuanto a la manera de vivir la vida fueron distintas a las de épocas pasadas, porque ahora los jóvenes contaban con una conciencia propia y no estaban sujeto a las decisiones de sus padres, tampoco a la tradicional idea de que si ya se contaba con madurez biológica debía formar una familia e incorporarse a la vida adulta, ahora ellos pudieron configurar un estilo de vida propio.

El estado moderno otorgo libertad a la juventud, la modernización introdujo también una cierta autodeterminación de la juventud en cuanto al acceso de bienes materiales. De igual modo el sistema social creó toda una serie de espacios para el nuevo sector joven de la sociedad en los núcleos urbanos, por lo que Souto (2007) opina al respecto:

Las consecuencias de la industrialización como la concentración en las ciudades debido a la emigración de jóvenes desde el mundo rural, a la regulación del trabajo por el tiempo y salario hicieron que la gente

joven pasase a ser un grupo definido y con mayor independencia en primer lugar en las ciudades (Souto, 2007:174).

De acuerdo con Souto la moderna industrialización y la creación de ciudades específicamente en occidente, fue el contexto social en el que surgió la juventud, ya que influyó en gran medida para la consolidación de dicho grupo social fue ahí donde se concentraron por primera vez grupos de jóvenes; en las sociedades rurales aún se contaba con otro tipo de orden un poco más tradicional el cual no otorgaba demasiada libertad y autonomía a los jóvenes.

Cabe señalar que los estudios científicos sobre juventud fueron principalmente abordados como un fenómeno meramente urbano, producto de la industrialización Roberto Brito Lemus (2002) afirma que:

Es en las sociedades industriales donde se observa con claridad la paradoja juvenil: entre su capacidad para reproducir a la especie humana y su incapacidad o incompetencia para reproducir a la sociedad, es decir entre su madurez biológica y su inmadurez social (Brito, 2002:49).

La concentración de jóvenes en las ciudades y el aumento de tiempo de ocio introdujo cambios culturales muy importantes, debido a que dichos jóvenes contaban con características e historias en común y se identificaban entre sí, esto favoreció al desarrollo de las actividades de ocio que se hicieron cada vez más organizadas y comercializadas de esta manera emergieron lugares exclusivamente creados para los jóvenes, diferenciándose claramente de los niños y de los adultos.

Finalmente para este mismo autor:

Existe un debate entre los estudiosos de la cuestión juvenil acerca del surgimiento histórico de esta categoría. Para algunos, es una construcción histórica que ha debido encontrar las condiciones adecuadas para su aparición en la escena social, por lo que resulta un hecho relativamente reciente en la historia de la humanidad, el cual fue posible gracias a los cambios sociales que se produjeron con el surgimiento del capitalismo. Para otros, en cambio, es un fenómeno que ha existido siempre en todas las sociedades humanas,

aunque no en todas ellas pueda reconocerse como un estadio diferenciado (Brito, 2002:46).

Mi postura está en concordancia con la primera proposición: la juventud es una construcción histórica, es una categoría reciente que emergió gracias a los cambios sociales que se produjeron con el surgimiento del capitalismo y las condiciones históricas al iniciar el siglo XX (el crecimiento demográfico, mayor acceso a la educación, mayor libertad de expresión para los jóvenes, nuevos medios de comunicación masiva), hicieron posible la génesis de la categoría de juventud. Por tanto afirmo, que es una construcción social histórica, “la pubertad” es un proceso biológico de los seres humanos por lo que siempre ha existido a lo largo de la historia y en todos los grupos sociales, pero “la juventud” como categoría social específica e identificable es parte de la historia más reciente de la humanidad. De acuerdo con los autores señalados emergió a partir del siglo XX en las sociedades urbanas de occidente.

### **1.1.1 La cultura juvenil**

La juventud se construye en relación con el contexto social respecto al tiempo (época) y al espacio (lugar); es decir, en cada sitio la juventud se representa socialmente de manera distinta ante “los otros” que también componen la estructura social, tal como lo son los adultos, niños, familia, gobierno, partidos políticos, sindicatos, instituciones entre otros grupos sociales.

Carles Feixa aclara que:

Para que exista la juventud deben darse, por una parte, una serie de condiciones sociales como normas, comportamientos e instituciones que distinguen a los jóvenes de otros grupos de edad, y por otra parte, una serie de imágenes culturales: valores, atributos y ritos específicamente asociados a los jóvenes (Feixa, 1998:18).

En este apartado se describe como se consolidó la cultura juvenil por tanto es conveniente tener una noción específica de cultura, debido a que existe una persistente ambigüedad del concepto.

Tal como lo plantea Gilberto Giménez (1995):

La cultura se caracteriza por tener una cierta visión o interpretación del mundo, entendemos aquí por cultura la dimensión simbólico-expresiva de todas las prácticas e instituciones sociales. O de modo más descriptivo, el universo de informaciones, valores y creencias que dan sentido a nuestras acciones y al que recurrimos para entender el mundo. Frecuentemente este universo de sentido se expresa a través de símbolos, esto es a través de un sistema de significantes que lo representan y evocan (Giménez, 1995:41).

Para Guillermo Bonfil Batalla la cultura es dinámica, se transforma constantemente: “cambian hábitos, ideas, las maneras de hacer las cosas y las cosas mismas, para ajustarse a las transformaciones que ocurren en la realidad y así mismo transformar la realidad misma” (Bonfil, 1991:160).

A partir de que se otorgó mayor importancia y autonomía al sector joven de la sociedad, surge un espacio simbólico especialmente creado por los jóvenes, es decir una cultura específicamente juvenil que trajo consigo un cambio en las relaciones existentes entre las distintas generaciones de la sociedad. Dicha cultura se caracterizó por un estilo propio de ser de los jóvenes, se destaca su visión del mundo; su filosofía de vida, ideas, gustos, preferencias por la música, por la ropa, por los lugares de entretenimiento y por ciertas creencias. En ese sentido Brito (2002) afirma que:

La cultura juvenil se fue conformando principalmente por que los jóvenes no se encontraban en acuerdo con los objetivos y valores dominantes en la sociedad, por lo que buscaron diferenciarse: “La existencia juvenil adquiere significación a partir del momento en que establece una diferenciación cultural con los demás sujetos sociales. Y es precisamente a través de su praxis como logra distinguirse socialmente y adquirir un significado y una certificación social. Esta distinción se logra cuando el sujeto juvenil establece su diferenciación, más allá de los aspectos estrictamente biológicos o de edad” (Brito. 2002:44).

En conformidad con las afirmaciones de Brito la juventud adquiere relevancia social en el momento en que su conducta difiere de manera masiva y singular del resto de la sociedad, dicha conducta se conforma a través de una manera propia de concebir la realidad social a través de nuevas conductas, ideas, creencias y objetivos que lograr. Los jóvenes con ayuda de la autonomía que le brindó el estado y con el reconocimiento de la sociedad en general lograron consolidar una cultura que logró trascender y a partir de la cual se configuro la realidad social de los jóvenes que se presenta hoy.

La cultura juvenil se convirtió en la matriz de la revolución cultural en el sentido más amplio de una revolución en el comportamiento y las costumbres, en el modo de disponer del ocio y en las artes comerciales, que pasaron a configurar cada vez más el ambiente que respiraban los hombres y mujeres urbanos (Hobsbawm, 1994: 331).

La juventud al surgir como una categoría social implicó la adjudicación de ciertas características objetivas que les otorgó el Estado moderno. Es decir derechos y obligaciones; como ejemplo la autonomía de decidir sobre su vida personal, la mayoría de edad, el otorgamiento de una ciudadanía, la capacidad de ser independiente, el poder expresarse más libremente y mayor acceso a la educación y de igual manera se consolidaron características subjetivas creadas por los mismos jóvenes: el espacio simbólico que representó la juventud fue tan amplio que logró consolidarse como una verdadera cultura juvenil con características bien definidas: ideales propios, símbolos, creencias, una cosmovisión que los caracterizó, una manera peculiar de vestir y de presentarse ante el mundo social, gustos y preferencias que los identificaba. De dicha cultura se fueron desprendiendo una inmensa diversidad de expresiones, las cuales impactaron en las dimensiones de la sociedad; es decir, en el ámbito político, económico y cultural.

### 1.1.2 Los jóvenes en la década de 1960

Es muy importante tener en cuenta los acontecimientos sociales que sucedieron durante la década de 1960 debido a que fueron decisivos para la conformación de la realidad que vivimos en la actualidad y específicamente para la consolidación de la cultura juvenil.

Según Rodríguez (2002), la década de los sesenta fue particularmente significativa por lo siguiente:

- Un acusado desarrollo económico, esto significó que el consumismo que acompañó al boom de los sesenta fue simultáneo a acontecimientos e innovaciones de enorme trascendencia social, tales como la masificación del turismo, la emigración, el notable auge de los medios de comunicación en especial la televisión que entró entonces en escena, todo lo cual redundó en una mayor intercomunicación.
- Los jóvenes fueron los máximos protagonistas, un protagonismo sin precedentes en la historia del movimiento juvenil, que hizo que se hablara de los jóvenes de los sesenta.
- Lo más destacado y característico fue la revolución que produjeron en la esfera de las costumbres, entre cuyos signos externos figuran la indumentaria extravagante, colorística y descuidada, las melenas, los discos y la música estridente, relaciones sexuales con mayor libertad.
- La juventud pasó a considerarse casi como una nueva clase, que tomó conciencia de sí misma y de su poder rompiendo con la ideología de épocas pasadas (Rodríguez, 2002:29).

En esta misma postura Brito arguye que “desde los años sesenta los jóvenes se han cuestionado los estilos de vida heredados, imaginaron y experimentaron formas alternativas de creación y producción cultural” (Brito, 2002:52).

En 1960, en los principales países de occidente, la mayoría de la población tenía entre 15 y 30 años aproximadamente. A esta situación se le sumó las reformas educativas que estableció el estado moderno liberal para incluir a los jóvenes por medio de la institución educativa (democratización de la educación),

esto justifica el porque la mayoría de los estudiantes eran jóvenes de nivel medio superior y superior. Por ello, de acuerdo al Brito (2002) “los estudiantes tuvieron la exclusividad en la representación de la juventud” (Brito, 2002:33).

De acuerdo con datos censales para 1960, la esperanza de vida aumentó en dos décadas lo que no había pasado en cuarenta siglos. Luego de la Segunda Guerra Mundial se produjo en muchos países centrales el llamado “*baby boom*” (el auge demográfico en los nacidos luego de la conflagración mundial, aproximadamente a lo largo de la década de 1940) (Cueva, 2005:13).

Valenzuela (1991), señala que esta década se caracterizó entre otras cosas por la manifestación de diferentes grupos sociales, entre los que destacan los movimientos estudiantiles de alcance mundial liderados por jóvenes, movimientos de liberación sexual y movimientos culturales.

Un rasgo central de la cultura de la década de los sesenta, era la configuración de proyectos alternativos que se exhibían y demandaban un lugar en la cotidianidad y en el espacio urbano; las disputas y demandas alternativas devienen escenografía urbana, impulso vital que imprime un sello liberal y contestatario al período; pero no sólo es expresión callejera, también es cambio de los parámetros de valoración artística y de cuestionamiento a las ideas estéticas de la modernidad (Valenzuela, 1991: 180).

En el análisis que realiza Rosana Reguillo (1994) acerca de la juventud, de igual modo hace énfasis en esta época, señalando lo siguiente:

Es en la última mitad del siglo XX, con el advenimiento de la posguerra, que los jóvenes emergen como un nuevo sujeto social, dotado de estatuto histórico, que se manifiesta con fuerza, por ejemplo con el movimiento hippie o los movimientos del 68 (Reguillo, 1994:173).

Es preciso señalar que debido al contexto de Guerra Fría la sociedad le dio gran peso a las ideologías políticas. Por un lado, se encontraba la ideología dominante: el capitalismo y por el otro el socialismo; los jóvenes no podían estar exentos de estas ideologías, por lo que la mayoría desarrolló la idea que ser joven significaba ser revolucionario socialista. De acuerdo con Cueva: “El problema de los jóvenes estalló como lo hizo distintas ciudades (desde Berkeley, hasta Paris,

Berlín, Vietnam, Tokio y México) hacia finales de los sesenta con las revueltas estudiantiles. Dichas revueltas en modo alguno fueron un fenómeno universal” (Cueva, 2005:14), sin olvidar la primavera de Praga Checoslovaca (Ver imagen 001 en anexos).

Durante esta década también tuvieron lugar una serie de movimientos juveniles que más que ir en contra de la política dominante, se manifestaban en contra de la cultura dominante, principalmente el movimiento hippie que se originó en Estados Unidos a principios de la década de 1960, los jóvenes de dicho movimiento se caracterizaron principalmente por su apariencia, vestían de una manera demasiado colorística, su principal filosofía fue “*Pace and love*”: haz el amor y no la guerra, practicando una sexualidad más libre, sin las ataduras de moral dominante, no solo rompieron las ataduras sociales sino también las ataduras de la mente al consumir sustancias psicoactivas como la marihuana y el LSD; las cuales les ofrecían el despegar los pies de la tierra para adentrarse en el mundo de la psique, de lo no físico y conocer que justo ahí en el interior del ser existe una dimensión mayor; lo que dio origen a la psicodelia<sup>2</sup> (Ver imagen 002, 003 y 004 en anexos).

Durante la década también cobró mucha fuerza el movimiento homosexual y feminista en Estados Unidos; lo cual refleja la libertad sexual en pleno auge.

Por todo lo anterior la juventud ha llegado a ser considerada como la fuerza motriz del cambio social a partir de la década de 1960. En ese sentido Valenzuela

---

<sup>2</sup> Psicodelia: El movimiento hippie tiene como bandera principal la psicodelia, dicho termino se deriva de la palabra “psicodélico” del griego “psique” y “delos” que significa “lo que manifiesta el alma”; inventada por el psiquiatra británico Humphry Hosmond en 1957 para referirse al efecto de sustancias psicoactivas sobre la psique, utilizadas para la investigación psiquiátrica. Una década después las sustancias psicoactivas se vuelven populares en Europa y Norteamérica y ya no son utilizadas solo para fines de investigación psiquiátrica sino que se dirigen principalmente hacia los jóvenes quienes tenían la inquietud por experimentar estados alterados de conciencia. Lo psicodélico se vuelve un gran movimiento cultural juvenil principalmente por el consumo de sustancias psicoactivas con la particularidad de expresar artísticamente a través de la música, las artes visuales y la literatura los efectos producidos por las sustancias alucinógenas. (Kahani Entertainment. 2013. “The Psychedelic Pionners”. You Tube [En línea]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=l9mq8JzwZTg> [Accesado el día 22 de Abril de 2014]).

expresa que: “los jóvenes aparecen como actores fundamentales que definen pautas de conducta” (Valenzuela, 1991:185).

A ellos les tocó vivir la imagen optimista del desarrollo económico, los grandes parteaguas de la tercera revolución tecnológica, las típicas hazañas de la conquista del espacio y la alucinación del hombre, la posibilidad de disfrutar de una situación económica solvente, soñar con la imagen del Che Guevara. Transformar la cotidianeidad, la vida sexual, la relación de pareja, la percepción de la libertad, la autoridad, la formalidad y la enajenación en la droga o la frivolidad. Pero también les tocó vivir otros parteaguas: el del agotamiento del *boom* económico, y la aparición de la recesión, la incertidumbre que anida en los mecanismos de selección escolar, el estrechamiento de un horizonte de estabilidad y progreso (Valenzuela, 1991:185).

Es fundamental señalar que la cultura juvenil emergente en la década de 1960 tenía bases ideológicas y filosóficas; donde destaca la insignia del mayo francés de 1968: “Tomo mis deseos por realidades, porque creo en la realidad de mis deseos”; este lema inspiró a los combatientes para salir a luchar arriesgando la vida para cumplir sus deseos. El credo de la cultura hippie: “*Peace and love*” que buscaba acabar con la guerra; haciendo el amor y no la guerra, el lema “*Carpe diem*”: vive el momento, vive al máximo; goza de los placeres terrenales sin límites, sin tener interés por las consecuencias, quienes sus principales portavoces fueron los ídolos del rock psicodélico que murieron a causa de los excesos de sustancias psicoactivas; considero que los jóvenes protagonistas que vivieron esta época contaban con fundamentos del por qué actuaban de cierta manera y estaban comprometidos con sus deseos y con sus ideales. Fueron producto de las condiciones sociales de la época en que vivieron, en verdad propiciaron un cambio en la manera de concebir la realidad, interiorizaron a tal extremo sus ideales que el subjetivismo fue su esencia.

## **1.2 Industria cultural juvenil e identidad**

Este apartado de la investigación está dedicado a especificar como la cultura creada por los jóvenes de 1960 y sus ideales se volvieron cada vez más comerciales, a través de las industrias culturales las cuales se encargaron de difundir las expresiones de la juventud, a partir de esta difusión de información se consolidaron una diversidad de identidades juveniles; posteriormente se plantea el concepto de identidad, la segunda categoría fundamental en esta investigación y se describe brevemente la manera en que la consolidación de grupos e identidades juveniles han sido estudiadas por los científicos sociales a partir de diferentes conceptos.

### **1.2.1 La industria cultural juvenil**

El termino industria cultural, fue empleado por primera vez en 1947 por los teóricos de la Escuela de Frankfurt: Theodor Adorno y Max Horkheimer, para referirse desde una mirada crítica a las emergentes técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales, haciendo énfasis en la función de los medios de comunicación (cine, radio, fotografía, prensa), que estaban consolidándose en las sociedades desarrolladas, después de la Primera Guerra Mundial. Manuel Silva (2013) retoma el concepto y lo plantea de la siguiente manera:

La Industria Cultural refiere el sistema de producción industrial de artefactos estéticos idénticos en su estructura y en su sentido, hechos en y para ser circulados en los medios masivos de comunicación y para ser dirigidos al consumo masivo de un público construido por la propia industria La noción de Adorno también ha sido interpretada así: "Industria cultural. La ineludible apropiación. Ideología totalitaria que todo lo atrapa y mercantiliza, haciendo que se diluya en el puro orden del consumo. La producción en serie de la cultura, de eso se trata; [...] más propiamente, la construcción de todo un entramado de producción cultural y artística que masifica al objeto estético

«lanzándolo» sobre las leyes del mercado y probando una oferta sin ser todavía demanda” (Silva, 2013:178).

Por consiguiente se resume que la industria cultural está representada por empresas que se encargan de producir masivamente artefactos culturales con el fin inmediato de vender el objeto, teniendo como aliado los medios de comunicación como son radio, prensa y televisión, a través de los cuales los bienes de determinada cultura son difundidos por diversos medios publicitarios, dirigidos hacia el mercado de consumo, con el fin último de comercializar sin dar importancia a la esencia del objeto cultural. Es importante señalar el papel de la publicidad que funge como aliado número uno de las industrias culturales; la cual a través de todo tipo de imágenes y de ideas persuasivas ha hecho que los consumidores asimilen las mercancías culturales

Con la autonomía otorgada por el estado al sector joven de la sociedad, la industria se dio cuenta de que los jóvenes contaban con un gran poder adquisitivo, por lo que los artículos que gustaban a los jóvenes se volvieron cada vez más comerciales siendo producidos masivamente.

El vestuario, la música y ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, elementos que se ofrecen no solo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino fundamentalmente como lo que los publicistas llaman con gran sentido “un concepto de estilo”. Un modo de entender el mundo y un mundo para cada necesidad, en la tensión identificación-diferenciación. Efecto simbólico –no por ello menos real- de identificarse con los iguales y diferenciarse de los otros, especialmente del mundo adulto (Reguillo, 2000:23).

Los principales objetos y símbolos de la cultura juvenil que emergió en la década de 1960, fueron comercializados por las industrias culturales del mercado capitalista, a consecuencia de esto dichas producciones se difundieron por el mundo entero. De esta manera, fueron adoptadas, retomadas, modificadas o complementadas por los jóvenes de acuerdo al contexto social en el que se encontraban, lo que originó una mezcla de diversas identidades culturales.

El surgimiento del adolescente como agente social consiente recibió un reconocimiento cada vez más amplio, entusiasta por parte de los fabricantes de bienes de consumo. La cultura juvenil se convirtió en dominante en las economías desarrolladas de mercado porque ahora representaba una masa de poder adquisitivo, la prodigiosa velocidad del cambio tecnológico daba a la juventud una ventaja tangible sobre edades más conservadoras. Emergía una poderosa industria cultural que ofrecía por primera vez bienes exclusivos para el consumo de los jóvenes, con respecto a los nuevos símbolos que representaba la cultura juvenil (Hobsbawm, 1994:328).

Es muy importante lo que señala el autor, pues hay mucho de cierto en sus palabras, sin duda alguna las industrias de occidente dominaron el mercado y difundieron las expresiones culturales de la juventud al mundo entero, a través de los medios de comunicación, teniendo como aliado la apertura de los mercados globales.

La comercialización a gran escala ha generado una industria cultural, en donde muchos jóvenes de clase media y de los países industrializados han consolidado su identidad como generación. La sociedad de consumo amplía el espacio de significación de la juventud, consolidando lo que se ha dado en llamar una cultura juvenil (Brito. 2002:52).

Este espacio de significación juvenil al que hace referencia Brito está conformado por una diversidad de bienes simbólicos que se consolidaron específicos de la juventud, pasaron a materializarse en imágenes a través de productos de consumo, en la ropa, accesorios, discos de música, publicidad, lugares creados específicamente para el entretenimiento de jóvenes como los son salones de baile, bares, discotecas. Cabe destacar la importancia del arte creada por jóvenes y dirigida hacia ellos mismos lo cual fue la base principal de las expresiones simbólicas: las artes visuales, la música y la literatura; entre muchas cosas más, con las que antiguas generaciones no contaban.

De cierta manera las sociedades urbanas contemporáneas centran su organización en la compra y venta de objetos materiales, en dichas sociedades, se define a los individuos en relación con los bienes materiales que consumen de acuerdo al precio, la marca, la calidad y el lugar donde se les adquiere.

Debido a que en la actualidad la juventud es vista por las industrias culturales como un importante sujeto de consumo, es impresionante la cantidad de bienes materiales que son dirigidos a los jóvenes. “La imagen de juventud ha ido variando con el tiempo y ha pasado de ser considerada como la esperanza del futuro, por privilegiar su proceso de formación, a fuerza de consumo, por su gran disponibilidad de tiempo libre” (Brito, 1996: 7).

Es totalmente evidente que los medios de comunicación representan un aliado importante para las industrias culturales, ya que son dichos medios los que han propiciado las transformaciones culturales. Respecto a este planteamiento me viene a la mente aquella frase célebre del *Beat*<sup>3</sup>: Allen Ginsberg “Quien controla los medios de comunicación, las imágenes, controla la cultura”.

Las industrias culturales reivindicaron la existencia de los jóvenes como sujetos de consumo. A dichas industrias no les interesa de ninguna manera transmitir las ideologías o dar a conocer la visión del mundo que plantean los movimientos juveniles de la década de 1960; sino que les interesa vender solo la imagen, los símbolos sin profundizar en las bases ideológicas. Sirven a los intereses de dominio del sistema dominante, Manuel Silva considera que: “La industria cultural es un orden que admite solo lo que se ajusta a los intereses e intenciones del poder. Lo opuesto o extraño al poder será excluido, invisibilizado, eliminado o integrado siempre y cuando se ajuste a su conveniencia” (Silva, 2013:180). (Ver imagen 005 en anexos).

Un ejemplo de ello radica en la manera en que se publicita la imagen de los hippies, se vende el símbolo y su apariencia, sin embargo se excluye el uso de

---

<sup>3</sup> Generación Beat: Movimiento literario, emergió a finales de la década de 1940 en Estados Unidos, Liderado por jóvenes entre los que destacan Jack Kerouac, Allen Ginsberg, Gregory Corso, William Burroughs, Neal Cassady, Diane Di Prima y Elise Cowen. Fue una generación de jóvenes que se caracterizó por su estilo de vida intenso, buscaron múltiples formas de romper con las reglas morales, desde el consumo de una droga o un alucinógeno, hasta la práctica desenfadada de la sexualidad, la poesía, los viajes sin rumbo y sin dirección, la música especialmente el jazz, o la meditación oriental, cualquier experiencia que los liberará y que los llevara lejos de su realidad, describieron dichas experiencias a través de la poesía, realizaron una revolución literaria de la cual nació una nueva sensibilidad ante el arte y la vida, lo que contribuyó a las acciones contestatarias y contraculturales de los movimientos juveniles en la década de 1960 (Anaya, 1998: 11-13)

sustancias psicoactivas las cuales el sistema ha mantenido en prohibición; las ha declarado ilegales, porque es totalmente consciente de que sí la mayoría de los jóvenes consumiera dichas sustancias, desarrollaría un sistema de valores diferente al establecido por la sociedad dominante; se corre el riesgo de provocar otra revolución, es la razón por la cual se mantienen prohibidas dichas sustancias.

### **1.2.2 Concepto de identidad**

De acuerdo con Gilberto Giménez (2002):

[...] La identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado (Giménez, 2002:38).

Para este autor la identidad se funda sobre una matriz cultural, por lo que enfatiza la relación que existe entre identidad y cultura. Para Giménez la identidad es esencialmente distintiva, relativamente duradera y tiene que ser socialmente reconocida. Sobre el concepto de cultura Giménez (1995) señala que:

La cultura es una dimensión simbólica expresiva de todas las prácticas e instituciones sociales o de modo más descriptivo, el universo de informaciones, valores y creencias que dan sentido a nuestras acciones y al que recurrimos para entender el mundo. Frecuentemente este universo de sentido se expresa a través de símbolos, esto es a través de un sistema de significantes que lo representan y evocan (Giménez, 1995:42).

Cuando esa dimensión simbólica es interiorizada y apropiada por algún individuo se consolida la identidad ya sea individual o colectiva. Giménez establece tres funciones básicas de la identidad:

- 1- Función locativa: significa que la identidad permite a los agentes auto ubicarse y orientarse por referencia a las coordenadas del espacio social.

- 2- Función selectiva: se deriva del carácter operativo de las representaciones sociales, y significa que la identidad selecciona, en función de los valores que le son inherentes, el sistema de preferencias de los agentes sociales, y, por lo mismo sus opciones prácticas en el campo de los posibles, delimitado por la posición social que ocupan.
- 3- La función integrativa: implica la posibilidad de integrar las experiencias del pasado con las experiencias del presente, en la unidad de una biografía (tratándose de identidades individuales) o de una memoria colectiva compartida (tratándose de identidades colectivas) (Giménez, 1995:42).

Para que una identidad se logre consolidar como tal, debe cumplir específicamente con las tres funciones que señala Gilberto Giménez. Por último el autor describe que “la identidad se construye y se reconstruye constantemente en el seno de los intercambios sociales; por eso el centro del análisis de los procesos identitarios es la relación social” (Giménez, 2002:43). Sobre este mismo concepto Bauman (2002), quien también realizó un análisis sobre la cultura y la identidad, afirma que:

Tener una identidad parece ser una de las necesidades humanas más universales. Corresponde a un deseo primario, el pertenecer a un grupo, ser acogido por otro, por otros, ser aceptado, conservado, estar seguro de los apoyos con que se puede contar, tener aliados. La identidad personal confiere significado al “yo”. La identidad social garantiza ese significado, y además permite hablar del “nosotros”, en el que se puede albergar, descansar a salvo e, incluso, sacudirse sus ansiedades un “yo”, que de otra manera resultaría precario e inseguro (Bauman, 2002: 51-54).

Los autores mencionados hacen referencia a una identidad individual y una identidad colectiva, la identidad individual se refiere a las experiencias biográficas de un determinado individuo, es decir su historia personal de vida, el lugar donde creció, las circunstancias sociales en las que se ha desarrollado como individuo social y sus experiencias más íntimas. Como Bauman (2002), señala “la identidad individual conforma el yo”; implica un concepto que la persona tiene de sí misma y de su experiencia individual en el mundo. Ahora bien la identidad colectiva hace alusión a una memoria colectiva compartida, a intereses, experiencias e historia comunes que comparten diferentes individuos, lo que hace que se identifiquen, de

tal manera se conforma un “nosotros”, y al quedar constituidos un “yo” y un “nosotros” se da paso a la conformación de “ellos” que son representados por “los otros diferentes”, con los que no se comparte la misma identidad, representan el sector de la sociedad respecto de la cual se busca por un lado diferenciarse y por el otro ser reconocido como diferente. A través de la identidad cada individuo se sitúa en cada circunstancia social, organiza su relación con el mundo y con los demás sujetos.

### **1.2.3 Identidades juveniles y su diversidad**

De acuerdo con Brito Lemus( 2002):

Las identidades juveniles se han logrado conformar principalmente por la “praxis divergente” de los jóvenes. Esta praxis divergente según el autor hace posible la aparición del sujeto juvenil ya que a través de ella, se generan procesos de apropiación existencial de la identidad colectiva. Esta praxis constituye un modo de ser, una forma y un estilo de vida que materializan una subjetividad diferenciada, dotando de contenido a la “existencia juvenil” (Brito. 2002:43).

Para el autor la praxis divergente, es la categoría fundamental que compone la base para la formación de las identidades juveniles. Los jóvenes definen su identidad y establecen una diferenciación cultural a través de su praxis, tienen diferentes comportamientos, maneras de hacer las cosas y de concebir la realidad, que logran romper con las prácticas instituidas por la sociedad dominante.

El proceso de autoconstrucción de identidades juveniles ha pasado por distintas etapas a lo largo de su existencia histórica y ha tenido diferentes significaciones: en los orígenes del capitalismo su función estuvo asociada al simple relevo generacional de la fuerza de trabajo, pero en la medida en que se han ido estableciendo comportamientos diferenciados han ido construyendo espacios simbólicos de asignación donde se producen sentimientos de identidades colectivas y un reconocimiento por parte del resto social como actores sociales diferenciados (Brito: 2002:44).

Lo importante es que se concede a los jóvenes el lugar de grupo social particular con acciones y expresiones culturales distintas a las de otros grupos primordialmente los adultos. Y esto es central, ya que en el proceso de constitución de las identidades juveniles la mayoría de los jóvenes contraponen al mundo adulto y a las instituciones sociales, regularmente a partir de la interpretación que se hace de las normas y valores convencionales.

Desde mi punto de vista, los jóvenes necesitan el reconocimiento de la sociedad que los contiene para poder legitimar su identidad. Dado que la juventud no es un estado de vida permanente, al igual que la identidad ya que siempre está reconfigurándose, puede ser transitoria (por un determinado periodo) y ocasional (surge en situaciones particulares). Es importante tener en cuenta que la identidad puede ser abandonada cuando los jóvenes cambian de intereses, sus circunstancias sociales cambian y más aún cuando se incorporan al mercado laboral.

En ese sentido Reguillo establece que:

La juventud es quizá una de las etapas en la vida del ser humano donde la construcción de la identidad como movimiento de diferenciación es más nítidamente observable. Muchas son las maneras de acercarse al problema de la identidad, pero hoy más que nunca la configuración de las culturas juveniles pasa por la tensión entre una estructura de bienes materiales y especialmente simbólicos y la posibilidad de tener accesos a estos bienes (Reguillo, 1994:171).

Desde mi punto de vista propongo que existen dos ejes fundamentales que inciden en la consolidación de la identidad juvenil, el primero de ellos está conformado por el consumo y la industria cultural; generado por la estructura social dominante, el segundo representado por la diferenciación y decisión personal que son emanados de cada individuo. Estos dos ejes coexisten para que se lleguen a generar las identidades juveniles; la industria cultural ofrece bienes de consumo y cada individuo elige consumir lo que sea de su elección.

Como se definió anteriormente la identidad se configura a través de un tiempo y espacio determinados, por tanto pasamos a situar a la identidad dentro del contexto social actual. En la sociedad actual el individuo tiene la característica de poder elegir entre diversos modos de vida. En este sentido, el actor moderno es capaz de plantearse conscientemente un proyecto de vida, una manera de percibir la realidad a través de ideas, creencias y valores. Es este proyecto lo que fundamenta su identidad

Finalmente cabe señalar que es cierto estamos viviendo una época que se rige por el mercado y el consumo de bienes simbólicos y materiales. Sin embargo, esto no quiere decir que los consumidores van a consumir todo lo que el mercado les ofrece, sino que en menor medida ellos tienen la decisión de elegir lo que van a consumir de acuerdo a su interés; de acuerdo a este planteamiento me parece que es muy preciso hacer alusión al concepto de agente de Giddens.

Los sujetos son agentes capaces de intervenir en el mundo, y se ven forzados a negociar los posibles estilos de vida entre una diversidad de opciones, la elección significativa del estilo de vida es cada vez más importante en la construcción de la autoidentidad y en la actividad diaria, el estilo de vida se refiere a la toma de decisiones, al rechazo o a la aceptación a formas de comportamiento y de consumo (Giddens, 1996:39).

Por tanto para Giddens el agente (individuo) no solo es un autómatas que se deja guiar por lo que la estructura le ofrece, sino que en menor medida tiene la capacidad de agencia es decir puede elegir lo que él crea conveniente respecto a sus intereses.

La estructura social son reglas y recursos, es decir la estructura provee al agente social de herramientas para la acción, sin embargo por su parte el agente tiene la facultad de elegir entre esas herramientas; esto siempre en función de sus experiencias debido a que siempre van a existir cambios y nuevas experiencias (Giddens, 1996:40).

Para Giddens la vida social actual, está caracterizada por un profundo proceso de reorganización del tiempo y el espacio, una transformación del contenido y la naturaleza de la vida cotidiana, lo cual crea una confusa diversidad

de opciones y posibilidades ofrecidas a los individuos. Todos estos cambios en la estructura social han servido para la difusión de las identidades culturales, a través de los medios de comunicación, las nuevas tecnologías, la publicidad, los lugares de ocio, eventos multiculturales, los grandes centros comerciales, el consumo, la producción en masa, todos estos elementos han hecho que hoy en día exista un enorme abanico de diversidad cultural, por lo que los jóvenes tienen más opciones de elección para configurar su identidad.

#### **1.2.4 Grupos juveniles**

La cuestión de las expresiones de los jóvenes y la manera en que se consolidan los grupos juveniles según Arce (2008), ha sido abordada a partir de diferentes categorías analíticas como lo es *subcultura*, *contracultura* *culturas juveniles*, y *tribus urbanas*. La autora define cada categoría, por consiguiente me permito retomar los conceptos tal cual los describe ella.

- Subcultura: es un término propuesto por los teóricos de línea marxista de los Estudios Culturales de Inglaterra para referirse a aquel grupo de jóvenes en desacuerdo con las ideas hegemónicas de los años 70 del siglo pasado, en Inglaterra. Este desacuerdo lo demuestran con actitudes y valores de resistencia reflejados, principalmente, en un estilo que busca diferenciarse de la cultura parental y dominante, pero sin dejar de estar relacionados (Arce, 2008: 262).
- Contracultura: de acuerdo con Bennett (2001), es un término que ayuda a entender la desilusión de los jóvenes de la década de 1960 acerca del control de la cultura parental y de la falta de deseo de no querer formar parte de la máquina de la sociedad. Clark (1976) indica que el término no sólo debe entenderse como el ir en contra de la cultura parental, tanto ideológica y culturalmente, sino también como una manera suave de atacar a las instituciones que representan el sistema dominante y reproductor como son la familia, la escuela, los medios y el matrimonio (Arce, 2008: 263).
- Culturas Juveniles: Feixa (1998) define a las culturas juveniles como un espacio donde "(...) 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, [también] definen la aparición de microsociedades juveniles, con grados significativos de autonomía respecto de las instituciones adultas” (Arce, 2008: 265).

- Tribus Urbanas: Maffesoli (2004) plantea que los jóvenes se encuentran en un proceso de individualización donde lo único importante son ellos mismos, pero, a su vez, existe la necesidad de socializar, creándose un narcisismo de grupo que se entiende como la continua adulación grupal y la cotidianidad. Para el autor, la tribu urbana es un grupo transitorio, permite justificar todas las expresiones efímeras que van y seguirán surgiendo con los años (Arce, 2008: 266).

Brevemente se han definido las categorías, sin embargo, no se profundiza en cada concepto, ya que no es el fin último de esta investigación, considero que es pertinente definir mi opinión ante esta diversidad de maneras de definir a los grupos de jóvenes, por tanto creo que los conceptos de Subcultura, Contracultura y Cultura Juvenil son adecuados para definir a dichos grupos. Sin embargo, el de Tribu Urbana aun no lo logro comprender con exactitud, a mi parecer el término ha sido mal interpretado y utilizado por los medios de comunicación para referirse especialmente a los grupos de jóvenes que emergen en las ciudades.

Es pertinente aclarar que en esta investigación no retomare un concepto específico para definir a los grupos juveniles; considero que desde el punto de vista del que se quiera abordar es un fenómeno juvenil cultural urbano que siempre ha tomado como referencia la manera de vestir, qué es lo que los caracteriza, es totalmente evidente que la apariencia es lo que hace que estos grupos de jóvenes sean percibidos en la sociedad.

A través de cierta forma de vestir los jóvenes reflejan una identidad, que los hace pertenecer a cierta cultura juvenil, subcultura, contracultura, banda, o llamada más recientemente tribu urbana, por lo que si se trata de definir este fenómeno urbano, en mi opinión personal lo defino como identidades juveniles.

### 1.3 El acto de vestir en la sociedad

Cubrir el cuerpo es una necesidad primaria del ser humano, desde los comienzos de la historia humana el hombre se vio en la necesidad de cubrir su cuerpo con respecto a las condiciones climáticas; ya sea por el frío o por el calor.

Cubrir el cuerpo de las inclemencias del ambiente ha sido uno de los imperativos de supervivencia del hombre, pero a su vez al cubrir esta necesidad primaria el hombre ha ido reconfigurando esta acción para convertirse en una característica de cada cultura y de cada época. A partir de cubrir esas necesidades surgieron nuevas y nuevos deseos en cuanto a la calidad y a la forma. Se buscó el modo de cubrirse cada vez con telas de mayor calidad, delicadas y de colores agradables, poco a poco satisfaciendo el gusto de los hombres y de las mujeres (Ortiz, 2005:117).

Tal como lo afirma Julieta Ortiz (2005), a partir de que el hombre logró satisfacer sus necesidades inmediatas tales como el vestido, el alimento y el lugar donde vivir, comenzó a reconfigurar la manera de como cubrir dichas necesidades, haciéndolo cada vez más particular y específico. De tal modo que vestir el cuerpo se convirtió en una expresión fundamental en la vida humana que trasciende la necesidad primaria del ser humano, para pasar a consolidarse como un medio que expresa condiciones sociales.

El cuerpo y la manera de cubrirlo se configuró como un hecho social, ya que cada grupo social comenzó a confeccionar su vestuario de acuerdo a su cultura, y su específica forma de concebir el mundo con una gran carga simbólica. Si se toma en cuenta la propensión de los seres humanos a adornarnos encontramos que el cuerpo de los hombres siempre se ha cubierto sea con prendas, pintura, maquillaje, adornos y accesorios. Cubrir y adornar el cuerpo siempre tiene connotaciones específicas con respecto al tiempo y al lugar.

Entwistle (2000), señala que los cuerpos sociales son rigurosamente cuerpos vestidos; la desnudez es totalmente inapropiada en casi todas las situaciones sociales y en casi todas las culturas que existen en el planeta:

Aunque los cuerpos puedan ir desnudos en ciertos espacios, sobre todo en la esfera privada del hogar, en el terreno social casi siempre se requiere que un cuerpo vaya vestido apropiadamente, hasta el punto de que la ostentación de la carne, o su exposición inadvertida en público, es molesta, perturbadora y potencialmente subversiva (Entwistle, 2002:12).

De acuerdo al planteamiento de Joanne Entwistle el cubrir el cuerpo también tiene una dimensión que puede ser interpretada a partir de que la desnudez es restringida ya que implica deseo corporal, sensualidad y erotismo. El cuerpo debe quedar cubierto para regular el comportamiento y el deseo de los seres humanos, es decir limitar la potencial sexualidad de los cuerpos. De esta manera la desnudez se relega a un campo de intimidad y casi en todas las situaciones se requiere que aparezcamos vestidos pero varía de una cultura a otra. Ninguna cultura deja el cuerpo desnudo y sin adornos sino que le añade algo, lo embellece, lo resalta, lo decora o lo deforma. (Ver imagen 006 en anexos).

Al respecto (Laboreau, 2013) señala:

El cuerpo está situado en un tiempo y espacio dentro del cual las personas experimentan el mundo y se experimentan a sí mismos. Esto significa que el cuerpo no es ajeno a las presiones sociales de una época que lo vuelve su objeto para constituirlo como tal. El orden social produce un orden corporal que se internaliza a través de las diferentes fases de la socialización, donde las personas aprenden a vivir en sus cuerpos del mismo modo que están aprendiendo e interiorizando el orden social en el cual se dan esos aprendizajes (Laboreau, 2013: 2).

Además de lo anterior, un cuerpo está totalmente configurado a partir de la relación con las subjetividades de una época y de su construcción social. Cada cuerpo es modelado de acuerdo a ciertos parámetros y categorías, que determinan sus experiencias corporales en todos los ámbitos de la vida en sociedad siempre con respecto al contexto social e histórico que lo produce. Aquí llama la atención lo que expresa Entwistle (2002) cuando señalan que “los cuerpos que no se conforman, que saltan las convenciones de su cultura y no usan las prendas apropiadas son considerados subversivos en lo que respecta a los códigos sociales básicos, corren el riesgo de ser excluidos, amonestados o

ridiculizados” (Entwistle, 2002:12). Por tanto, el orden social está presente en la estructura y las funciones mismas del cuerpo como organismo vivo.

Preparar el cuerpo para el mundo social significa situarse en la dimensión vestimentaria no solo como el acto de cubrir el cuerpo sino de entender las tensiones que configuran las experiencias corporales. Donde cuerpo-vestido-sociedad se configuran en una triada imbricada en relaciones de poder que constituyen un modo de ser en el mundo y que no solo le exige al cuerpo adecuarse al mundo que lo rodea sino también que cumpla con los parámetros de “normalidad” que la sociedad exige para constituirse como un miembro competente de la misma. Por lo tanto pensar el cuerpo implica pensar la sociedad y la cultura que lo produce (Laboureau, 2013:3).

Otra cuestión a tratar que es fundamental es la manera en que el cuerpo se ha regulado a partir de cada situación que se presenta en la vida cotidiana; el cuerpo se configura como un símbolo que representa cada situación. Para cada situación social ya está preestablecida la manera en que el cuerpo debe presentarse y comportarse. “El cuerpo es un medio de expresión altamente restringido, puesto que está muy mediatizado por la cultura, expresa la presión social que tiene que soportar. La situación social se impone en el cuerpo, lo ciñe a actuar de formas concretas” (Entwistle, 2002:21).

Finalmente el cuerpo es el medio a través del cual el mundo social nos conoce, solo a través de él podemos ser parte de una sociedad. El cuerpo ofrece una amplia superficie apropiada para exhibir públicamente marcas de posición social, familiar, estrato social, origen cultural, identidad, religión, edad y sexo.

### **1.3.1 El vestir como envoltura social del cuerpo**

“Las prácticas corporales se producen en un contexto social determinado que les exige la adecuación a ciertos parámetros. Partimos de la premisa de que el mundo social es un mundo de cuerpos vestidos” (Entwistle, 2002:14). A continuación la definición de vestir, la tercer categoría que fundamenta esta investigación.

Vestir: Acto que enfatiza el proceso de cubrirse, transcurre de lo íntimo a lo social, dando forma a la manera cómo hacemos presencia en el mundo, como participamos en él y como somos percibidos por él. Es un signo cuyo significante está ligado a infinitos significados determinados por el contexto y la cultura donde aparece en escena. Las exploraciones a partir de la forma de la vestimenta sobre la forma del cuerpo humano arrojan infinitas posibilidades formales, funcionales, productivas y comunicativas (Fernández, 2013:35).

Las referencias más importantes que se encuentran respecto al uso de la vestimenta son las siguientes: la primera, es para diferenciar los grupos de seres humanos existentes en el mundo, es decir las diferentes culturas que conforman el mundo entero. En un segundo plano, la vestimenta es referida para marcar las diferencias entre clases sociales. Por ejemplo Pérez (2005), señala que “el traje aristocrático cumplía con la función de hacer visibles las distinciones sociales, la superioridad de la nobleza frente a los plebeyos” (Pérez, 2005:53). (Ver imagen 007 en anexos).

En tercera instancia, se encuentra el uso de la vestimenta para diferenciar los sexos. “A partir del siglo XVI se comenzó con una diferenciación entre el traje femenino y el traje masculino” (Pérez, 2005:53). De este modo se legitimó como debía vestir un hombre y como una mujer en el mundo occidental.

Una cuarta cuestión que gira en torno a la indumentaria es la diferenciación de ocupaciones. En ese sentido Ortiz indica que “el traje o atuendo elegante está diseñado para todo tipo de trabajo de escritorio que implica un esfuerzo intelectual y no físico ni de acción” (Ortiz, 2005:125). En ese mismo tenor, Entwistle (2002) indica que: “Una apariencia elegante ha de dar siempre la impresión de que el usuario no realiza ningún trabajo manual. De ahí que los vestidos elegantes sirven a dicha finalidad, no solo por ser caros sino también porque constituyen símbolos de ocio” (Entwistle, 2002:22).

Un ejemplo radica en el uso del corsé, el cual lo portaban las mujeres miembros de la aristocracia, el corsé les impedía realizar tareas que implicaran esfuerzo, por tanto solo realizaban tareas delicadas para no estropear sus trajes.

El vestir sirve para pensar en una época en un periodo histórico, no solo desde imágenes sino desde los colores y sus significados sociales.

Los colores se adueñan de creencias que determinan la existencia de diferentes sociedades, son la base de conceptos formados alrededor de la concepción del mundo en sus diferentes interpretaciones, además de las ideas que se adjudican a aspectos de la vida cotidiana como a los estados de ánimo, profesiones y celebraciones (Espinoza, 2002).

Un ejemplo de ello es el color azul establecido para identificar a los niños y el rosa para las niñas. Al respecto, Pérez (2005), también expresa que “en 1800 aún no se usaba el vestido blanco para las novias, algunas vestían de colores o de negro, a su vez portar traje negro para guardar luto se convirtió en una costumbre formal de elite durante el siglo XVII” (Pérez, 2005:66).

Como bien menciona la autora una de las tradiciones en occidente en cuanto a la vestimenta es la de asociar el color negro al luto, es aquí donde me parece pertinente citar a Urrea (1997), donde describe la manera en que Gabrielle “Coco” Chanel revolucionó la idea que se tenía acerca del color negro:

Por eso no es de extrañar que en un encuentro casual en París el diseñador Paul Poiret le preguntase a Coco Chanel por quién llevaba el luto al verla vestida con un vestido negro. “Por usted” fue la respuesta. Y es que una de las mayores revoluciones de Chanel fue romper este vínculo e introducir ese color en la vida de la mujer como sinónimo de elegancia (Urrea, 1997:25).

Desde mi punto de vista el vestido negro que Coco Chanel diseñó revolucionó la moda y la vida de las mujeres en 1926, ya que fue calificado como el uniforme de la mujer moderna, elegante y con buen gusto; idea construida por la sociedad de elite. Desde ese día, en ningún momento ha perdido vigencia el negro pues, no solo denota luto, sino que también elegancia. (Ver imagen 008 en anexos).

De acuerdo a estos datos históricos queda totalmente claro que la vestimenta ha servido para hacer distinciones sociales, es decir diferenciarse y a su vez demostrar que se pertenece a cierto grupo social. A partir de la imagen

personal se diferencian las clases superiores con trajes o ropa lujosa de las clases inferiores con ropa muy sencilla, así mismo un hombre con pantalones y una mujer con falda, o la indumentaria de un obrero con uniforme naranja se diferencia de una enfermera vestida de blanco; el cuerpo es por excelencia lugar de la cultura y la vestimenta su reflejo. Por ello, Ortíz (2005), indica que “las indumentarias no solo hablan de los grupos sociales, sino de su ubicación cronológica. Abundantes ejemplos de prendas que indican la pertenencia a cierto estrato social”. Asimismo, (Entwistle, 2002), indica lo siguiente:

El vestir es una práctica social que se manifiesta como una práctica cultural contextualizada. De este modo el vestido no queda exento del carácter moral que la vida social tiene en términos coactivos, la ropa en la vida cotidiana es el resultado de las coerciones sociales y la imagen del cuerpo vestido es un símbolo del entramado de relaciones sociales, aceptable, de hecho hasta posiblemente incluso deseable (Entwistle, 2002:20).

Finalmente sobre este mismo tema, Fernández (2013), sostiene que “en el siglo XX los pantalones de las mujeres fueron considerados revolucionarios, por las mujeres que comenzaban a luchar por la libertad e igualdad” (Fernández, 2013:34). Hobsbawm afirma que: “1965 fue el primer año en que la industria de la confección femenina de Francia produjo más pantalones que faldas” (Hobsbawm, 1995: 333).

### **1.3.2 La moda**

Otro aspecto que no se debe olvidar es el peso que tiene la moda, pues de alguna manera influye en la forma de vestir. De hecho, como indica Entwistle (2002:6), en “Occidente, y cada vez más también fuera de él, la moda estructura la mayor parte de nuestra experiencia del vestir”. Por ello, es importante considerar la moda como una forma moderna específica de vestir; la cual adquirió gran importancia en la sociedad de consumo occidental. Julieta Pérez define el concepto de moda de la siguiente manera:

“Moda” costumbre o modo pasajero de vestir. Constituye la cultura estética respecto a la apariencia, la belleza del cuerpo y las piezas que conforman la indumentaria. Es un vehículo por medio del cual se reflejan las ideas morales de épocas y grupos sociales. (Pérez, 2005:50).

La moda es un fenómeno occidental originado en Francia en los inicios del siglo XIX y principalmente dirigido por las elites; marcaba visiblemente la riqueza y la pobreza: los trajes lujosos resplandecían frente a la semi-desnudez de los obreros, reflejando de esta manera la posición socioeconómica en muchas culturas. Las prendas de vestir establecidas por la moda denotan jerarquías sociales. De tal modo las elites establecieron la imagen de cómo debía vestirse la gente; “Vestirse a la francesa significaba elegancia y buen gusto” (Pérez, 2005:54).

“La moda se originan en un sistema de producción y circulación determinados, es decir forman parte de una economía de mercado. Además, son reflejo de diversas relaciones sociales entre los grupos económicos” (Pérez, 2005: 52).

El surgimiento de la producción en masa y la sociedad de consumo, fue fundamental para reproducir las modas; de tal manera que se crea toda una industria con respecto a la manera de arreglar el cuerpo que va desde la ropa pública e íntima, zapatos, accesorios y maquillaje, emergen diferentes marcas de ropa que de igual manera son creadas por la elite como símbolos de posición y de prestigio social: “Este momento es clave fue un detonante que aceleró y transformó la base material de las sociedades occidentales y su forma de concebir el mundo” (Ortiz, 2005:118).

A partir del siglo XX surgen nuevas industrias que se dedican al comercio de ropa, de accesorios, de artículos de belleza; lo cual va acompañado de publicidad de anuncios, dichos productos iban dirigidos especialmente a capas acomodadas de la sociedad por su poder adquisitivo, por su ideología consumista y por su afán de llegar a ser como la elite europea (Ortiz, 2005:118).

Conforme al planteamiento de Ortiz, no solo se necesitaba tener los objetos que estaban a la vanguardia, sino que fue necesario trasladarlo a la esfera individual, a la imagen personal que se presenta en la sociedad, para diferenciarse y a su vez identificarse.

Paralelo al contexto social de la producción en masa y de las industrias de la moda emergieron los medios de comunicación que sin duda alguna llegaron para complementar a dichas industrias, su papel fue difundir toda una serie de imágenes idealizadas, hacer publicidad en la producción y promoción de la imagen personal, así como el influir en las acciones de las personas al actuar sobre sus cuerpos cuando lo visten y lo decoran. Las comunicaciones sentaron así las bases para el surgimiento de un mercado de consumo más amplio.

A mediados del siglo XIX surgió la prensa ilustrada en la que los objetos de información, entretenimiento y consumo exigían calidad en la impresión, atractivas y numerosas ilustraciones (Ortiz, 2005:119). A partir de esta invención los medios de comunicación ya no solo transmitían información a través de textos sino que ahora se complementaron con imágenes las cuales eran producidas por la sociedad dominante, de tal modo se apoderaron del imaginario colectivo haciendo propaganda para poder fomentar el consumo de todo tipo de imágenes y objetos. (Ver imagen 009 en anexos).

Representación de imágenes convencionales idealizadas. Un ejemplo de ellos es la imagen femenina: utilizada por su atractivo visual: tiendas de ropa fundadas por franceses en 1800, necesitaron un novedoso aparato publicitario: el cuerpo de la mujer fue el figurín por excelencia; mujer lozana de belleza, vida y juventud, a la imagen femenina se le impone dicha exigencia (Ortiz, 2005:122).

La imagen de la mujer que se tomó como ideal fue por excelencia una mujer delgada, joven, bella, de piel blanca, preocupada por su belleza, siempre al tanto de la última moda. Los medios de comunicación desempeñaron un papel importante en este proceso al configurar rasgos ideológicos que caracterizaron a las futuras sociedades de consumo y a partir de dichos medios las ideologías dominantes se difundieron por todo el mundo. En este sentido, Fernández (2013),

señala que “la sociedad contemporánea es una sociedad de rápido consumo de imágenes; hijos legítimos de la televisión y de la moda, con su gusto por la novedad no por la tradición” (Fernández, 2013: 30).

Finalmente cabe señalar que el valor que se le da a la imagen social del cuerpo y en la cultura contemporánea es un cuerpo como objeto de consumo; es sin duda la fuente de creación de una serie de industrias entre las que destacan la ropa, los zapatos, los accesorios, los cosméticos, la comida para adelgazar, cirugías estéticas entre otras. Además, es importante recalcar que la misma ropa se convirtió en un medio publicitario. En épocas anteriores solía usarse ropa lisa sin decoración, si acaso algunas solo mostraban la marca en su interior es decir en el reverso de la ropa, o en el caso de la mujeres se permitía ropa floreada, pero en esta época las cosas son diferentes; la ropa es totalmente un objeto de comunicación visual, portadora de todo tipo de expresiones simbólicas y publicitarias.

### **1.3.3 Relación cuerpo, vestimenta e identidad**

Anteriormente se ha planteado de que forma vestir el cuerpo se convirtió en un aspecto indispensable de la cultura humana, y cómo ésta práctica pasó de ser una necesidad a ser la expresión de determinado contexto social, al mismo tiempo se consolidó como un referente primordial para diferenciar cada cultura dentro del mundo entero, y a su vez para diferenciar grupos dentro de una sola cultura, tal es el caso de la cultura occidental la cual comenzó a utilizar la vestimenta para diferenciar en un primer plano, las clases sociales, el sexo y la ocupación.

Sin embargo, es importante señalar que en esta época en la que actualmente vivimos, como consecuencia del progreso en cuanto a los avances científicos y tecnológicos, y de la apertura del mercado capitalista estos criterios acerca de la determinación de la vestimenta han sido revolucionados, de ninguna manera han desaparecido, sino que han cambiado. Un ejemplo de ello es la

manera en que la vestimenta se convirtió en un medio que no solo serviría para distinguir la clase social, el sexo o la ocupación, sino que también serviría para poder revelar la identidad personal, es decir la manera de ser y la manera de pensar del individuo.

De acuerdo a Entwistle la referencia más importante de utilizar la ropa para expresar una ideología es la del *dandi* francés de la época victoriana.

El dandi es una figura que hace hincapié en la naturaleza realizadora de la modernidad, las posibilidades que ésta ofrece para la creación del yo a través del aspecto. Figura cuyo apego a la indumentaria y al estilo en general hace pensar en la idea del individuo como ser creativo, hecho a sí mismo y original. La imagen del dandi represento un nuevo estilo para los hombres, una nueva relación entre el aspecto exterior y político y las afiliaciones sociales. «Se implantó un nuevo equilibrio en el que el aspecto externo, sobre todo el de los hombres, implicaba un significativo índice de intereses políticos y sociales» (Entwistle, 2002:145).

El *dandi* tal como refiere la autora no solo se preocupaba por mostrar una imagen a la sociedad, sino que a través de esta el presenta su ideología, un reflejo de sus interés sociales como personales. “Los asuntos del vestir eran importantes para el dandi porque revelaban su sentido del gusto, y de ahí «su calidad esencial del yo»” (Campbell, citado en Entwistle, 2002: 147). Fue así como el dandi dio la pauta a seguir para dar mayor importancia a la apariencia como reflejo de la identidad personal. (Ver imagen 010 en anexos).

A principios del siglo XX, todavía se podía distinguir a la clase trabajadora de la clase alta por su ropa: los hombres y mujeres trabajadores solían llevar zuecos en lugar de zapatos, mientras que la gorra de tela solía ser el símbolo *por excelencia* del trabajador, a diferencia del sombrero de la clase de élite: ilustran, al menos simbólicamente, la relación entre la indumentaria y las identidades de clase que existieron una vez, pero que hace ya tiempo quedaron obsoletas. A mediados del siglo XX, los avances en la producción de ropa en serie, junto a la creciente opulencia de la clase trabajadora, hicieron que la moda llegara a un número de personas más extenso que nunca, lo que supuso que las fronteras entre las clases en cuanto a estilo ya no estuvieran tan claras (Entwistle, 2002:154).

De acuerdo con la autora se mostró mayor libertad en la manera de vestir, el mundo social estaba marcado por un mayor individualismo lo que implica mayor importancia al aspecto personal, una nueva actitud hacia el yo, el deseo de buscar el placer y la novedad a través del consumo. “De esta manera la sociedad comenzó a mostrar un obsesivo interés en los más delicados detalles del vestir” (Entwistle, 2002:152).

Además, el mercado de consumo fue sin duda crucial para que se desdibujaran las fronteras entre la manera de vestir de las élites y de las masas, la apertura de los mercados permitió que diversos objetos creados por la elite pudieran ser adquiridos por clases sociales inferiores. Entwistle afirma que “la moda más «avanzada», una vez reservada a una pequeña élite, se ha democratizado y ha llegado a más personas que antes” (Entwistle, 2002:153).

Desde mi punto de vista durante el siglo XX se vivió una gran revolución en cuanto a la manera de vestir un ejemplo de ello es la manera en que la diseñadora Gabrielle “Coco” Chanel marcó la gran diferencia epocal con respecto a la vestimenta de las mujeres. Fue quien generó la tendencia de dejar de lado el vestido con corsé que según ella oprimía a las mujeres, no las dejaba ser libres, comenzó a despojarse de ese atuendo dejó de usar el corsé, dando más libertad al cuerpo. Otro ejemplo importante que revolucionó la manera presentar el cuerpo fue el surgimiento de “los pachucos” su vestimenta los distinguió por excelencia. (Ver imagen 011 en anexos)

La modernidad abrió nuevas posibilidades para la creación de la identidad: sacó a los individuos de las comunidades tradicionales para colocarlos en el crisol de la ciudad y amplió los artículos disponibles para la compra a un círculo aún más amplio de personas, proporcionando de ese modo la «materia prima» para la creación de nuevas identidades” (Entwistle: 2002:136).

La era de consumo proporciono mayor libertad para el surgimiento de diversos estilos con respecto a la manera de vestirse, es durante esta época en la que la vestimenta se vuelve parte fundamental para la conformación de la identidad. Se han desdibujado las convenciones en las maneras de vestir, a partir

de la globalización y de la libertad de elección de cada individuo, ejemplo de ello son los emergentes estilos de las expresiones juveniles.

En la cultura contemporánea occidental, la clase ya no era tan aparente a simple vista sólo por el vestido, pero eso no quiere decir que las divisiones sociales ya no sean aparentes mediante los estilos de vestir: la indumentaria todavía puede marcar las fronteras entre los distintos grupos, y eso es especialmente cierto en el caso de las subculturas de los jóvenes (Entwistle, 2002:133).

Lo que afirma la autora es fundamental, ahora en la época contemporánea los jóvenes comenzaron a recrearse a sí mismos, a consolidar su identidad y a diferenciarse por su manera de pensar, sus hábitos y precisamente su manera de vestir. Continuaron con la herencia contracultural de los jóvenes de la década de 1960, para desafiar lo establecido por la sociedad dominante y consolidar su identidad a través de la apariencia. Considero que los estilos juveniles son reflejo de la subjetividad de los jóvenes, de la manera en que perciben, aceptan o rechazan el contexto social del cual son parte.

“En el siglo XX la ropa de las jóvenes subculturas rebeldes también sirvió para marcar y distinguir una identidad para esos grupos. La indumentaria es, por lo tanto, el medio por el que se destacan y conservan las identidades” (Entwistle, 2002:136).

Me encuentro totalmente de acuerdo con el planteamiento de Entwistle, la indumentaria es fundamental para consolidar la identidad y a su vez auto adscribirse en determinado grupo social. El cuerpo es el objeto más inmediato que posee el individuo, por tanto los jóvenes se valen de la idea de hacer con él lo que deseen, teniendo como única arma la expresión del cuerpo comenzaron a utilizarlo para manifestar su subjetividad, con el fin de expresar su sentir, de ser tomados en cuenta y decirle a la sociedad: “aquí estamos y representamos la libertad de ser y de construir nuestra propia identidad”.

Es preciso enfatizar que el mundo contemporáneo se mueve bajo supuestos como: “sé tú mismo”, “busca tu identidad” o “mayor libertad de expresión”, tener una identidad es una necesidad, el ser humano se tiene que

sentir parte de algún grupo, o identificarse con algo o alguien para sentirse seguro; nadie es lo que es por sí mismo, nadie consolida una identidad que surja de manera espontánea, sino que el contexto social siempre influye. Predomina la idea de que si existe una realidad interior, entonces ésta deberá relacionarse con el aspecto externo, estas ideas son claves para la consolidación de las identidades en la actualidad.

El aspecto es algo que representa el carácter interno del individuo, por tanto éste debe cuidar los más mínimos detalles de su apariencia, como lo es la figura de su cuerpo y como lo viste o lo decora, estos detalles se consideran reveladores de la procedencia social del individuo. Al respecto Claudia Fernández señala que:

El yo moderno está extremadamente interesado en la impresión que de él tengan los demás, usando su apariencia como una suerte de propaganda de sí mismo, una tarjeta de presentación que pone en evidencia no solo una distinción de clase u oficio, sino nuestras más profundas aspiraciones (Fernández, 2011).

La sociedad en la que vivimos ha dado gran importancia a la imagen personal, por tanto vivimos en una época donde la mayoría de los individuos viven preocupados por su apariencia, por su aspecto personal. Una preocupación por el yo que acentuó el culto al individualismo. “Featherstone (1991) afirma que el cuerpo contemporáneo se ha convertido cada vez más en el foco de atención como primera residencia de la identidad” (Entwistle: 2002:143).

Mike Featherstone (1991) investiga el modo en que se experimenta el cuerpo en la «cultura de consumo» contemporánea. Arguye que desde principios del siglo XX ha habido un espectacular aumento en los regímenes de autocuidado del cuerpo. \*El cuerpo se ha convertido en el centro de un «trabajo» cada vez mayor (ejercicio, dieta, maquillaje, cirugía estética, etc.) y hay una tendencia general a ver al cuerpo como parte del propio yo que está abierto a revisión, cambio y transformación (Entwistle, 2002:26).

De acuerdo a Featherstone la cultura de consumo ha llegado a permear todos los aspectos de la vida cotidiana, lo cual incluye la esfera del cuidado del yo, dicha cultura da las pautas de cómo se debe tratar el cuerpo, vestir el cuerpo está totalmente mediado por el contexto social, en este caso el contexto está

configurado por la ideología dominante y sus instituciones que regulan a través de códigos el comportamiento de los cuerpos en todas las esferas de la vida social, a partir de dichos códigos se especifica cómo se debe vestir en cada situación social, la moda genera posibilidades de cómo vestirse de acuerdo a las tendencias; mientras que los medios de comunicación publicitan una serie de imágenes creadas y concebidas como ideales, todo esto configura el contexto actual del que somos parte.

#### **1.3.4 La identidad y la vestimenta desde la perspectiva de Giddens, Simmel y Goffman**

Para complementar esta investigación, a continuación se retoman conceptos de autores como Giddens (1991), Simmel (1971) y Goffman (1991), quienes han abordado el tema de la vestimenta. Para el primer autor, la ropa es en todas las culturas mucho más que un simple medio para proteger el cuerpo, es un instrumento de exhibición simbólica, “Una manera de dar forma externa a la crónica de la identidad del yo. Organizado en cierta medida de acuerdo con las convenciones sociales pero configurados también por las inclinaciones y disposiciones de la persona” (Giddens, 1991:84).

Para Giddens (1991), la disposición personal a la hora de elegir las prendas de vestir es muy importante, ya que el individuo es un actor con la capacidad de agencia que no solo actúa conforme a las disposiciones de la estructura. En otras palabras es capaz de decidir y de escoger entre diferentes opciones que la estructura le ofrece, en total concordancia con el autor el individuo tiene un grado de libertad en la elección de su atuendo y considero que para nada es un ser moldeado totalmente por la estructura, no es totalmente un autómatas que hace lo que el sistema dicta, ya que él puede elegir entre las diferentes opciones o si no son de su agrado tiene la libertad de confeccionar la ropa que más le sea de su gusto.

“El cuerpo se ha convertido en expresión de elecciones y opciones” (Giddens 1991:17) Para reafirmar la proposición de Anthony Giddens basta con hacer una revisión de las variedades de vestir en los siglos pasados, donde aún no existía gran variedad en la manera de vestir solo se encontraban los estilos entre de las diferentes clases sociales, la distinción entre hombres y mujeres, y el atuendo que se ocupaba se acuerdo a la ocupación, sin duda alguna el siglo XX trajo consigo mayor libertad y más opciones en la manera de vestir y decorar el cuerpo.

Por lo que la elección de la ropa no es un hecho que se realiza de manera subconsciente; sino que por el contrario el individuo siempre se encuentra consciente de que atuendo debe portar para cada situación, al realizar dicha elección siempre se toma en cuenta las exigencias del mundo social y los gustos personales, ya que como lo mencione anteriormente el individuo tiene la conciencia de que su cuerpo es la imagen que presenta ante el público y que a partir de él ha de crear una referencia respecto a su personalidad en el mundo social, por tanto su cuidado y presentación configuran un aspecto que no puede ser desatendido.

De acuerdo a Joanne Entwistle el examen de las subculturas juveniles supone una oportunidad para retomar el planteamiento teórico sobre la moda de George Simmel e indagar de qué forma el estilo en la manera de vestir expresa una preocupación por la imitación y la diferenciación.

La moda manifiesta una tensión entre la conformidad y la diferenciación, expresa los deseos contradictorios de encajar y de destacar: «La moda es la imitación de un ejemplo y satisface la demanda de adaptación social, [...] al mismo tiempo, satisface no en menor grado la necesidad de diferenciación, la tendencia hacia la disimilitud, el deseo de cambio constante y de contraste» (Simmel en Entwistle, 2002:135).

Desde mi punto de vista, el planteamiento de George Simmel es adecuado para analizar las maneras en que visten los jóvenes que se adscriben a determinado grupo o cultura juvenil, por un lado surgieron como una forma de

desafiar los cánones establecidos por la cultura dominante para expresar su inconformidad y poder diferenciarse del resto de la sociedad, saben que serán rechazados por la sociedad por no cumplir con el aspecto ideal de un joven que está en total concordancia con lo establecido socialmente. Sin embargo serán aceptados por un grupo de jóvenes que comparten los mismos ideales, con quienes coincide ideológicamente, tienen los mismos gustos, preferencias y aspectos biográficos similares.

De acuerdo con Simmel la moda, por un lado diferencia y por el otro imita, lo mismo ocurre en las subculturas de jóvenes que utilizan la ropa, símbolos, diversos accesorios, para resaltar las diferencias de gusto, estilo de vida e identidad; se diferencian en primera instancia de la sociedad dominante, de los diferentes grupos de edad y de otros grupos de jóvenes, mientras que a su vez buscan imitar a los miembros del grupo juvenil al que se autoadscriben.

El atuendo particular, el estilo, los gustos, la filosofía, los intereses en común y los ideales de *“el cholo”*, *“el rasta”*, *“el punk”*, *“el raver”* o *“el gótico”* (solo por mencionar algunos ejemplos) los separan en agrupaciones distintivas, tanto de la cultura dominante en su totalidad como de los demás grupos existentes entre la juventud en general. (Ver imagen 012, 013, 014 ,015 y 016 en anexos).

El análisis de Erving Goffman acerca de la presentación de la persona en la vida cotidiana es una referencia clave para entender la manera en que el aspecto físico funge como un medio de comunicación no verbal, su estudio implica una conciencia sociológica de la significación simbólica del cuerpo, la cual es muy importante para mi investigación ya que la vestimenta y la manera de decorar el cuerpo de las subculturas juveniles se convierte en un medio de comunicación no verbal.

En todas las situaciones de la vida cotidiana, se toma en cuenta el aspecto exterior de cada individuo, la apariencia tiene la capacidad de definir al individuo frente a la mirada de los otros. El escenario por excelencia es la ciudad en donde se entra en contacto con muchos individuos extraños, en este entorno rodeados

de rostros desconocidos, la apariencia es el único medio de descifrar al otro, por tanto se convierte en un medio de comunicación visual.

Ciertamente en la actualidad tal como señala Joanne Entwistle “existe mayor énfasis en la apariencia como medio para «leer» a los demás” (Entwistle, 2002: 134), la idea de que nuestro aspecto es importante para la impresión que causamos en los demás es fundamental en la forma de interpretar la realidad social, “En la vida diaria, por cierto, existe el supuesto bien claro de que las primeras impresiones son importantes” (Goffman, 1993: 22).

[...] cuando nos tropezamos con un extraño como alguien misterioso e inaccesible, nos referimos a los estilos de vestir y al aspecto físico, en ausencia de cualquier otro medio que sea un signo fidedigno de identidad. La indumentaria suele verse como un símbolo de prestigio individual y de moralidad, ya sea real o inventado (Finkelstein, 1991 en Entwistle, 2002:131).

En la teoría de Erving Goffman la vida cotidiana es como la representación de una escena teatral, la vida en público es equivalente a la representación o actuación de la obra mientras que la vida en el ámbito privado es como estar tras bastidores, de acuerdo a su planteamiento los individuos están más preocupados por cómo serán percibidos en la vida pública, mientras que la vida privada pasa a segundo plano.

Un ejemplo al respecto es que las personas usan su mejor presentación para reuniones públicas porque saben que serán vistos por mucha gente, mientras que la presentación en el ámbito privado quedara de lado, en dicha situación privada el individuo tiene mayor libertad de elegir que ropa usar, ya que no será objeto de atención de mucha gente, sino que estará rodeado de gente que es de su plena confianza o podría ser que nadie lo observe.

Goffman propone el concepto de fachada como equivalente a la apariencia, de acuerdo con él: “Fachada supone la dotación expresiva tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación en público (Goffman, 1993: 35). Mientras que fachada personal la conceptualiza como:

Fachada personal se refiere a los elementos que debemos identificar íntimamente con el actuante mismo y que como es natural esperamos que lo sigan a donde quiera que vaya. Como parte de la fachada personal podemos incluir: las insignias del cargo o rango, el vestido, el sexo, la edad y las características raciales, el tamaño y aspecto, el porte, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales, los gestos corporales y otras características semejantes. Son vehículos transmisores de signos. La fachada personal contiene signos que son relativamente fijos como las características raciales, y signos que son relativamente móviles como la expresión facial o el vestido (Goffman, 1993:35).

Por tanto el vestido que porte cada individuo será parte de su fachada, transmite información acerca del status social del actuante. Mientras se observa la variedad de estilo de vestir en las calles de la ciudad uno se plantea la siguiente cuestión: ¿La vestimenta o el estilo corporal definen en realidad quiénes somos?, por consiguiente se puede pensar que las apariencias pueden mostrar lo que una persona es en realidad pero se debe estar consciente de que las apariencias pueden ser engañosas.

Erving Goffman también se ha propuesto considerar de qué manera el individuo se presenta y presenta su actividad ante otros en diversas situaciones en las cuales tiene la capacidad de controlar la impresión que los otros se forman de él, y qué tipo de cosas puede hacer y no hacer mientras actúa ante ellos.

Cuando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común adquirir información acerca de él. La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Muchas fuentes de información se vuelven accesibles y aparecen muchos portadores (o vehículos de signos) para transmitir esta información. Si no están familiarizados con el individuo, los observadores pueden recoger indicios aproximadamente similares al que tienen delante o lo que es más importante aplicarle estereotipos que aún no han sido probados. Pueden confiar en lo que el individuo dice de sí mismo o en las pruebas documentales que él proporciona acerca de quién es (Goffman, 1993:13).

El autor sostiene que el individuo es totalmente consciente de que es un ser que transmite información ya sea de manera verbal y no verbal, puede hacerlo

intencionalmente o involuntariamente. El objetivo del individuo es desear que los demás tengan un concepto sobre él. De esta manera cuando un individuo se presenta ante otros, actúa de tal forma específica e intencional para dar la impresión que desee y por tanto lo demás así lo percibirán. Goffman arguye que: “El individuo será calculador expresándose de determinada manera con el único fin de dar a los otros la clase de impresión, que sin duda, evocara en ellos la respuesta específica que a él le interesa obtener” (Goffman, 1993:18).

Sin embargo el individuo corre el riesgo de que lo que quiere comunicar a través de su apariencia se preste a malas interpretaciones, tal como lo plantea Entwistle (2002):

La moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad: por una parte la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, de decir a los demás algo sobre nuestro género, clase, posición, etc.; por la otra, nuestra indumentaria no siempre se puede «leer», puesto que no «habla» directamente y, por consiguiente, está expuesta a malas interpretaciones (Entwistle, 2002:130).

Por tanto el individuo sabe que a través de su aspecto puede reflejar lo que en verdad es o puede usar su apariencia con el fin de representar algo que no es. Un ejemplo de ello es la manera en que las modas se vuelven populares, son difundidas por los medios de comunicación y adoptadas por la población quien no se encarga de saber de dónde proviene dicha moda, cuáles son sus orígenes, solo buscan presentar una imagen sin contenido.

Finalmente es importante plantear como se relacionan los argumentos de Goffman con la presente investigación, para empezar; los jóvenes que pertenecen a una subcultura que evidentemente busca diferenciarse del resto de la sociedad tienen que dar una apariencia que demuestre que pertenece a determinado grupo social. Es muy raro que algún joven perteneciente de la subcultura gótica no se vista de color negro, o algún joven que se dice ser rastafari no tenga su cabello peinado en forma de rastas. Sin embargo, no se pueden hacer generalizaciones al respecto y decir que todos los que se visten de negro son góticos o que todos los

que tienen rastas son pertenecientes de la cultura rastafari, ya que existen amantes del gótico que no se visten de negro debido a que sus condiciones sociales como el trabajo se los impide. De igual forma hay jóvenes que usan rastas en el cabello pero no se encuentran comprometidas con la filosofía rastafari, por ende se puede deducir que dejarse guiar por las apariencias podría resultar engañoso, sin embargo en las esferas de la vida cotidiana institucionalizada una apariencia presentable y formal implica que se es una persona comprometida y preocupada por su presentación, por tanto es digna de confianza ya que cumple con la imagen ideal establecida por el sistema social.

Mientras muchos abogan que la apariencia solo es superficial y que no se debe de juzgar a una persona por su apariencia, bien conocidos están los dichos populares mexicanos: “el habito no hace al monje” o “no juzgues a un libro por su portada” son buenos para ejemplificar la vida de muchos ladrones de cuello blanco que andan por la vida vestidos con trajes de costosas líneas de ropa mientras que roban millones de pesos sin necesidad de asaltar a alguien. Por otro lado, existen jóvenes que se visten de acuerdo a sus gustos musicales, por ejemplo los rockeros en su mayoría son tratados como delincuentes por vestir a su gustos, usar tatuajes o perforaciones corporales, sin embargo aclaro que no pueden existir generalizaciones no todos los que usan traje son delincuentes de cuello blanco ni todos los rockeros no los son.

Por tanto de acuerdo a la teoría de Goffman la primera impresión vale en esta sociedad, la apariencia es importante y claro está que todos estamos preocupados por ella, pero no revela todo acerca del individuo.

## **CAPÍTULO II**

### **LOS JÓVENES EN MÉXICO Y EN HIDALGO**

Este capítulo consiste en hacer una breve descripción de las características sociodemográficas de los jóvenes en el país enfatizando el caso del estado de Hidalgo y el del municipio de Pachuca, lugar donde se seleccionó a dos jóvenes para entrevistarlos. La finalidad del capítulo es mostrar que México e Hidalgo contienen un porcentaje considerable de población joven, y de tal modo justificar que la sociedad joven es un sector importante el cual merece ser considerado y escuchado; tomar en cuenta sus ideas, la manera en que se perciben la realidad social y conocer cuáles son sus condiciones socioeconómicas

## **2.1 La medición demográfica de la juventud**

De acuerdo con el Centro de Información de las Naciones Unidas (CINU), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) define a la población joven como aquel que se sitúa entre el rango de edad 15 a 24 años. Esta definición de joven se hizo para celebrar el año internacional de la juventud celebrado en 1985<sup>4</sup>. De ahí que las estadísticas de Naciones Unidas se hacen con base en esa definición. El CINI también reconoce que muchos países dibujaron la línea de juventud a la edad en que una persona recibe el mismo tratamiento bajo la ley conocida como “la mayoría de edad” y que generalmente se marca en muchos países a la edad de 18 años. Una vez que una persona pasa esa línea de edad es considerada un adulto. Sin embargo, el CINU resalta que la definición y los matices operacionales del término “juventud” varían a menudo de país en país dependiendo de los factores socioculturales, institucionales, económicos y políticos específicos.

En relación con este mismo tema la Comisión Económica para América Latina (CEPAL)<sup>5</sup> y la Organización Iberoamericana de la Juventud también reconocen que es difícil establecer “límites analíticos claros y permanentes con respecto a la juventud”. Por lo que no son igualmente válidos para todos los

---

<sup>4</sup> Información obtenida del Centro de Información de las Naciones Unidas [http://www.cinu.mx/minisitio/UNjuventud/preguntas\\_frecuentes/](http://www.cinu.mx/minisitio/UNjuventud/preguntas_frecuentes/).

<sup>5</sup> Publicado en 2004 en un documento llamado la juventud en Iberoamérica, Tendencias y Urgencias.

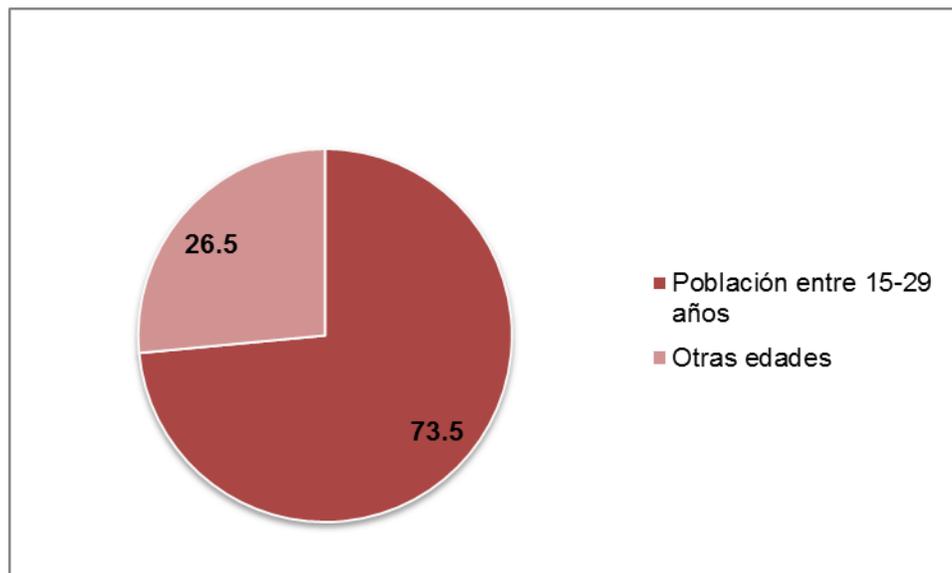
países ni grupos sociales, y no se puede hablar de una “juventud homogénea, sino de una etapa en que sus integrantes viven un proceso de cambio, en cuyo desarrollo se suceden etapas diferenciales en cuanto a las principales actividades que realizan (estudio versus trabajo), su grado de independencia y autonomía (económica y afectiva) y al rol que ocupan en la estructura familiar (hijo, jefe de hogar o cónyuge) (CEPAL, 2004:17). De esta manera, el criterio demográfico para considerar a la población joven varía en cada país, al igual que lo hace la CEPAL en este estudio citado donde se considera el criterio de 15 a 29 años. En lo que sigue también tomamos este rango de edad. Pues en México diversas estadísticas generadas por El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) también toma en cuenta este rango de edad.

De acuerdo con INEGI (2000:2) en el año 2000 la estructura por edad de la población muestra que las generaciones más numerosas de mexicanos llegaron a las edades adolescentes y jóvenes. De esta forma, la población mexicana del pasado con gran proporción de niños (0-14 años) se transformó paulatinamente en una población de niños y jóvenes. INEGI señala que “en términos absolutos, la población de 15 a 29 años de edad casi se duplicó de 1970 a 1990, cuando pasó de 12.3 millones de jóvenes a 23.9 millones”.

## **2.2 Población joven en México**

En el año 2010, según datos censales la población entre 15 a 29 años representó 29, 669, 970 personas, que en términos de porcentaje significa 26% de la población mexicana (Ver gráfica 1).

**Gráfica 1. Porcentaje de población entre 15 a 29 años en México 2010**



Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

En cuanto a la distribución de esta población entre 15 a 29 años en la República Mexicana durante 2010, la mayoría de estos jóvenes se asientan en el Estado de México (13.8%), Distrito Federal (7.8%) le siguen Jalisco (6.7%), Veracruz (6.6%), Puebla (5.3%), Guanajuato (5.0%), Chiapas (4.5%) y Nuevo León (4.0%). En total todas ellas concentraron más del 50% de esta población joven (Ver cuadro 1 en anexos).

### **2.2.1 Características sociodemográficas de los jóvenes de México**

En relación con el sexo de esta población distribuida en los rangos de 15 a 29 años, los datos censales de 2010 muestran que el 51.3% son mujeres y 48.7% son varones. De la misma forma, que se observa con la sociedad mexicana existe una prevalencia de mujeres jóvenes. Por otra parte, en cuanto a localidad de residencia 23.1% se ubican en localidades<sup>6</sup> rurales y 76.9% en localidades urbanas. Es decir, buena parte de los servicios (educativos, salud) que se

<sup>6</sup> Para el tamaño de la localidad se consideró como rural a las localidades con menos de 2500 habitantes y urbana a las localidades con más de 2500 habitantes.

pretendan ofertar a estos jóvenes debe considerar su lugar de asentamiento que es mayoritariamente urbano.

Respecto a la condición étnica, de acuerdo con los datos censales, 1,828, 664 de la población entre 15 a 29 años habla una lengua indígena lo que equivale a 6.2% de los jóvenes del país. Esto significa entre otras cosas que las políticas públicas que se lleguen a diseñar para los jóvenes además, del sexo, la condición de residencia deberá tomar en cuenta su contexto étnico.

En lo que refiere a la situación conyugal, según datos del censo 2010 más de la mitad de estos jóvenes son solteros, 18.3% son casados y 17.4% están en unión libre. Como señala INEGI (2011:2), hay ciertos patrones en la edad a casarse o a unirse, para aquellos entre los 15 y 19 años el porcentaje de solteros es muy alto y para aquellos entre 25 y 29 años la proporción de solteros se reduce. En estos porcentajes altos de soltería para ambos grupos de edad según el INEGI destacan los hombres. En tanto, el porcentaje de mujeres alguna vez unidas o casadas resulta mayor, por lo que “reflejan características de los patrones matrimoniales diferenciales en relación con la edad a la que se unen mujeres y hombres” (INEGI, 2011: 2).

Al indagar sobre el nivel de escolaridad de estos jóvenes (cuadro 2), llama la atención varias cuestiones: la primera, es que 4, 608, 322 (15.5%) de jóvenes sólo contaba con la primaria, 474, 647 (1.6) no tenía ninguna instrucción y 49,578 (0.2%) se había quedado en el preescolar. Ambas cifras señalan desde nuestro punto de vista rezago educativo en estos jóvenes.

**Cuadro. 2 Nivel académico de la población entre 15 a 29 años en México 2010**

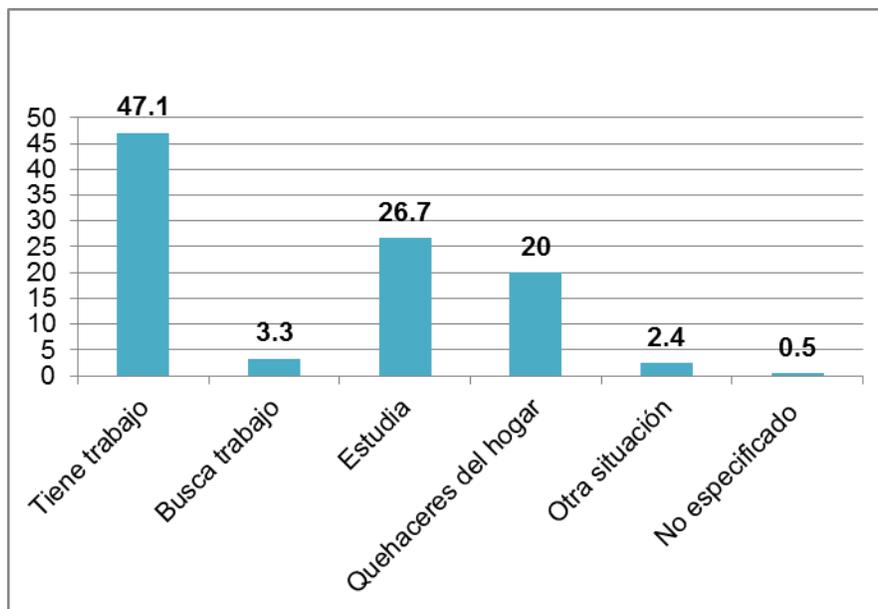
<b>Nivel académico</b>		<b>%</b>
Secundaria	10833841	36.5
Preparatoria	8093267	27.3
Primaria	4608322	15.5
Licenciatura	4376652	14.8
Normal básica o estudios técnicos	922306	3.1

Ninguno	474647	1.6
No especificado	171883	0.6
Estudios de posgrado	139474	0.5
Preescolar	49578	0.2
<b>Total</b>	<b>29,669,970</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

Finalmente en cuanto a su situación laboral de acuerdo con INEGI (2011: 4), 47.1 % de los jóvenes trabaja y 26.7% estudia, desde nuestro punto de vista el resto (más del 20%) “no estudia ni trabaja”, aunque este organismo señala que realizan quehaceres del hogar.

**Gráfica 2. Condición de actividad en población entre 15 a 29 años en México**



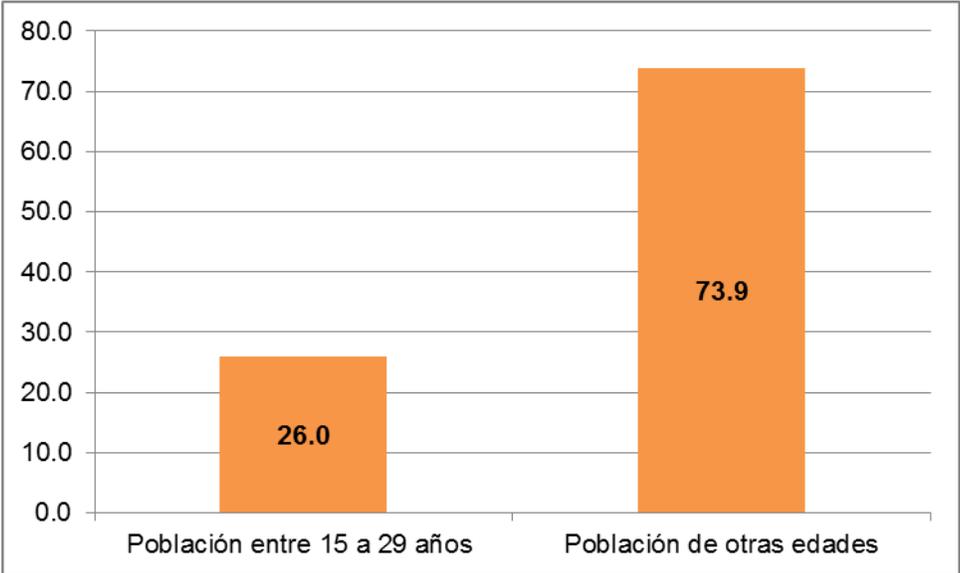
Fuente: elaboración propia con base a INEGI, 2011

### 2.3 Población joven en Hidalgo

La gráfica 3 muestra a la población entre 15 a 29 años, la cual representó en 2010 26% de la población total. Esta cifra es similar a la que se observa a nivel nacional. De hecho según INEGI (2011), la población joven de Hidalgo está por

debajo de la media nacional (26.4%). En cuanto a la distribución de estos jóvenes en los municipios del estado el cuadro 3 (ubicado en anexos) muestra que Pachuca de Soto (10.6%), Tulancingo de Bravo (6.0%), Mineral de la Reforma (5.1%), Huejutla de Reyes (4.8%), Tula de Allende (3.9%), Tizayuca (3.6%), Tepeji del Río Ocampo (3.2%) e Ixmiquilpan (3.1) son los municipios con mayor porcentaje de jóvenes en Hidalgo.

**Gráfica 3. Población entre 15 a 29 años en Hidalgo 2010**



Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

**2.3.1 Características sociodemográficas de los jóvenes de Hidalgo.**

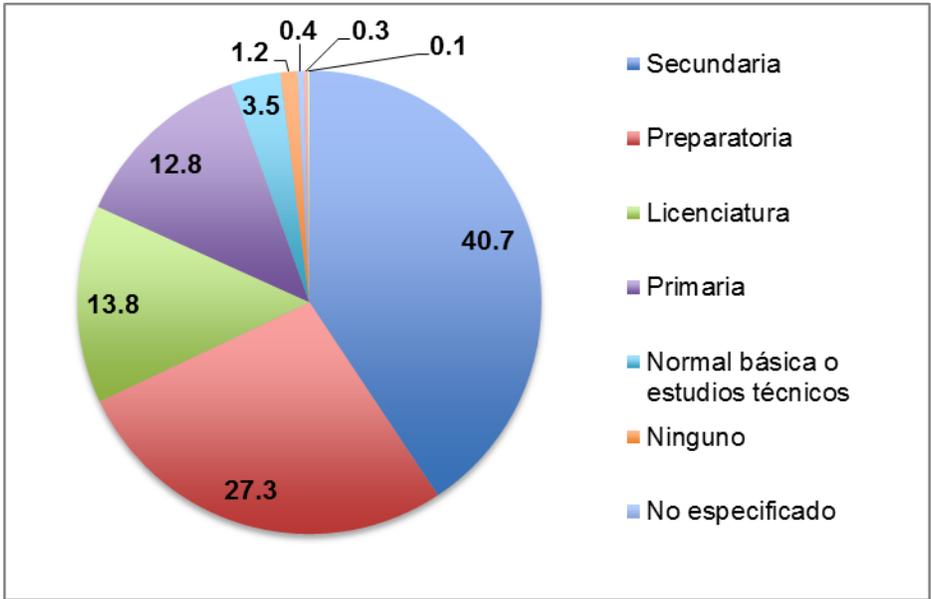
En relación con el sexo de estos jóvenes hidalguenses según datos censales de 2010 47.8% son hombres y 52.2% son mujeres al igual que se observa a nivel nacional las mujeres predominan respecto a los hombres. En cuanto al lugar de residencia a diferencia de lo que se vio en el país 46.9% de estos jóvenes residen en localidades rurales y 53.1% en localidades urbanas. Esto nos muestra la importancia del sector rural en Hidalgo. Por otra parte, es importante señalar que 11.3 % (79,318) de los jóvenes de Hidalgo expresó hablar una lengua indígena en

2010 esta cifra también es superior a la tendencia en México donde se veía que poco más del 6% hablaba una lengua indígena.

En lo que refiere al estado conyugal 61.3 % de los jóvenes son solteros, 21.3% están en unión libre y 14.5% está casado. Comparado con lo que pasa en México, en Hidalgo hay un mayor porcentaje de jóvenes en unión libre (21.3 respecto a 17.4).

Respecto al nivel académico de los jóvenes hidalguenses, el gráfico 4 muestra las mismas características observadas en el ámbito nacional. Existe un porcentaje importante de jóvenes que sólo concluyeron la primaria (12.8%), y poco más del 1 % no tiene ninguna instrucción lo que equivale a 8,123 personas. Como se había señalado anteriormente esta situación denota rezago educativo de estos jóvenes.

**Gráfica. 4 Nivel académico de la población entre 15 a 29 años en Hidalgo 2010**



Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

Por último en lo que respecta a la condición de actividad el cuadro 4 indica que 43.9% de los jóvenes trabajan 27.1 % estudian y 24.6% presentan otra situación aquí podríamos situar a los que no estudian ni trabajan.

**Cuadro. 4 Condición de actividad de la población entre 15 a 29 años de Hidalgo 2010.**

<b>Condición de actividad</b>		<b>%</b>
Trabaja	307036	43.9
Busca trabajo	24032	3.4
Pensionado o jubilado	204	0.0
Limitación física o mental que le impide trabajar	4191	0.6
Estudiante	189361	27.1
Otro caso	171948	24.6
No especificado	2272	0.3
	<b>699,044</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

Para concluir este capítulo es preciso enfatizar que México tiene un componente importante de población joven lo mismo que Hidalgo. Como lo reconoce el mismo INEGI “México es un país de Jóvenes”. Para el caso de Hidalgo hemos visto que Pachuca es el principal municipio que concentra a estos jóvenes, de manera general podemos decir que el perfil sociodemográfico de estos jóvenes hidalguenses es que más de la mitad reside en localidades urbanas, 40.7% cursa la secundaria, más del 11% habla una lengua indígena y poco más del 40% trabaja. Cabe enfatizar dos cuestiones preocupantes el 12.8% sólo concluyó la primaria, y 24.6 % no trabaja ni estudia.

### **CAPITULO III**

## **RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS DE DOS JOVENES DE LA CIUDAD DE PACHUCA**

Este capítulo tiene como objetivo presentar el resultado de las entrevistas realizadas, solo se describen a dos jóvenes de la ciudad de Pachuca cuyos casos me parecieron más relevantes en relación con el objetivo de investigación. La finalidad es indagar sobre su vestimenta y lo que esto representa en la definición de su identidad personal. La base de preguntas utilizadas se encuentra en los anexos al igual que las entrevistas completas.

### **3.1 Román <sup>7</sup>**

Es un joven de 26 años, reside en el barrio popular “El Mosco” en Pachuca, no estudia y no terminó la preparatoria por lo que su grado de escolaridad es secundaria. Actualmente trabaja por cuenta propia, se dedica a realizar malabares en la calles de la ciudad y también hace artesanías como pulseras, aretes collares que vende de manera ambulante, en el centro de la ciudad o afuera de las escuelas, no tiene hijos, vive con sus padres a quienes usualmente apoya con los gastos de la casa.

En cuanto a la fachada que presenta de su vestimenta lo describo de la siguiente manera: tiene el cabello peinado con rastas, las cuales son muy largas, le llegan a la cintura, las ha decorado con muchos accesorios como piedras, carrizos de madera e hilos de colores, se viste con playeras de los grupos musicales que le gustan, usa bermudas y tenis deportivos. Respecto a los accesorios porta muchos collares y pulseras de piedras como jade y obsidiana tejidos con hilos de colores e ixtle, tiene expansiones en las orejas, perforaciones en la lengua, en la nariz y en la boca, se ha rayado cuatro tatuajes que para el representan las tres raíces de los mexicanos: la europea, la americana y la africana.

En lo referente a los datos más personales, él dice que no se considera perteneciente a algún grupo juvenil, ni se auto adscribe a alguna subcultura juvenil ya que se identifica con varias no con una sola, de esta manera retoma aspectos

---

<sup>7</sup> Entrevistado en la ciudad de Pachuca, Mayo de 2014.

de diferentes subculturas, al respecto dice: *“de todo me late un poco, como todo buen mexicano que soy me tengo que identificar con todo”*, tampoco se siente comprometido con alguna filosofía o ideología ya que afirma que la única filosofía que vale es su propia filosofía. Él considera que la manera en que presenta su cuerpo es normal y al preguntarle cuál es el objetivo de presentarse de tal forma respondió: *“No olvidar de dónde venimos y que es lo que somos”, lo que traigo puesto y mis tatuajes representan un pequeño tributo a las culturas de tiempos pasados, por ejemplo hay tejidos que vienen desde los mayas, otros que son peruanos*”. Aseguro que se viste y peina así porque le gusta, por comodidad, y que se siente una persona normal, respecto a cómo es percibido por la sociedad afirmó que todos los días la mayoría de la gente lo rechaza por su apariencia: *“En la combi las gentes, cuando va lleno el lugar, no se quieren sentar junto a mí, pero está más chido porque en estos tiempos de calor va uno más fresco”*.

En relación a la pregunta sobre si consideraba que su manera de vestir era parte de su identidad expresó: *“No, yo podría no estar tatuado, no vestirme así y seguiría siendo yo Román”*, argumenta su respuesta de la siguiente forma: *¿No has oído que el habito no hace al monje?*, afirma que es muy cierto eso de que las apariencias engañan *“porque no puedes juzgar a un libro por la portada, para mí lo más importante es la ideología y los sentimientos*. Por último cree que la diversidad de estilos juveniles que se presentan en la actualidad se debe a que la mayoría de los jóvenes se dejan llevar por las modas. Sin embargo él respeta a los demás y dice que *“cada quien es como quiere”*. Hasta el momento él se siente seguro de lo que es, de lo que representa y no tienen ninguna intención de cambiar.

Román afirma que su identidad no depende de la ropa que usa, sin embargo con todo lo planteado en el capítulo anterior, se comprueba que la ropa si es reflejo de la identidad de los individuos, si no fuese así él no se vestiría como lo hace y optaría por tener una apariencia más discreta.

### 3.2 Bee<sup>8</sup>

Brenda es mejor conocida como “Bee”, tiene 26 años, vive en la colonia San Cayetano, concluyó la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Actualmente no ejerce su profesión, se dedica al arte y modificación corporal es decir es tatuadora, no profesa ninguna religión, vive con su familia, no es casada ni tiene hijos, según ella lo que más le gusta es tatuar.



Bee, fotografía proporcionada por ella.

Bee se viste con ropa muy pequeña, no le gusta andar muy cubierta porque le agrada mostrar sus tatuajes, su cabello está peinado con rastas, tiene bastantes perforaciones y además se hizo una escarificación en el hombro.

---

<sup>8</sup> Entrevistada en la ciudad de Pachuca, Agosto de 2014.

No se etiqueta en alguna subcultura juvenil, al respecto afirma lo siguiente: *“no me considero miembro de alguna cultura juvenil, yo no sigo una moda, no sigo ideologías o pensamientos específicos de alguna subcultura, independientemente yo me considero única porque me gustan muchas cosas de muchas subculturas, por ejemplo de los hippies si me gustan muchas cosas pero en realidad no me rijo tal como son sus ideas”*. Asimismo, le gusta mucho visitar lugares naturales e ir a “raves” que se llevan a cabo al aire libre.

Considera que su manera de vestir es rara; *“trato de traer la ropa que me gusta no para clasificarme y decir yo soy esto o yo pertenezco a este grupo, me pongo lo que me acomode y lo que me guste. Y en cuanto a la decoración corporal me gusta tatuarme, me gusta mucho la sensación y me siento feliz con mi cuerpo y con lo que hago, no por moda o por que todo mundo ya se está tatuando yo también tengo que hacerlo, sino que para mí los tatuajes son forma de expresión y que mejor manera de hacerlo que con mi cuerpo para no afectar a terceros”*. Bee afirma que si se considera subversiva y extravagante por que no cualquier persona se anima a tatuarse, a hacerse una escarificación y a llevar muchas perforaciones, es consciente de que llama mucho la atención, sin embargo, afirma que ese no es su objetivo al presentarse de tal forma: *“No tengo un objetivo en específico simplemente yo soy como quiero ser y en realidad no me importa lo que la gente piense y diga, siempre y cuando yo este feliz y a gusto conmigo misma”*.

En muchas situaciones de la vida cotidiana Bee ha recibido tratos discriminatorios. Por ejemplo, en la universidad no le permitieron presentar exámenes si no iba con una presentación adecuada o si no se quitaba las rastas y las piezas de metal que trae incrustadas en la cara, lo mismo ocurrió cuando fue a solicitar su credencial de elector.

Al respecto de la identidad considera que *“se va forjando conforme pasan los años, vas teniendo conocimiento de lo que eres y obviamente la sociedad donde te desenvuelves influye demasiado para que se forme tu identidad al igual influyen tus valores tu educación, la identidad es lo que cada uno posee, es tu*

*carta de presentación para definir lo que eres. Afirma que su manera de vestir es el reflejo de su identidad porque “representa lo que soy, soy única y no trato de copiar a nadie no trato de ser un poquito de todos ni pertenecer a ningún lado, ni tratar de agradar a nadie y conforme van pasando los años me doy cuenta de que mi identidad está bien formada y se va reforzando cada vez más conforme a lo que voy viviendo”.*

Cree que en la sociedad existen muchos prejuicios en cuanto a las chicas que se atreven a ser diferentes *“muchacha me ve y no se anima a conocerme piensa que soy bien enojona, me ven como una persona agresiva, no sé si por su falta de conocimiento en cuanto a las expresiones juveniles, se cierran y no se dan la oportunidad de conocerte. Desgraciadamente para mucha gente la apariencia importa más que lo interior, pero yo me he dado la oportunidad de no pensar así, de tratar primero a la gente de ver que hay un poquito más adentro antes que juzgar o de empezar a hablar, creo que eso es uno de los más grandes errores de la gente ver desde afuera en lugar de ver que hay adentro”.*

Hasta el momento ni las exigencias de las instituciones, ni el qué dirán la han obligado a cambiar su apariencia *“cada día que pasa me doy cuenta de que no voy a dejar de ser como soy, es mi forma de vida y no nadamos por moda o por querer encajar o que por la fiebre de juventud, pues no por ahora estoy firme es mi pasión y así soy feliz”.*

A diferencia de Roman, Bee afirma totalmente que su identidad se ve reflejada en su apariencia. Sin embargo, no se viste ni decora su cuerpo para ser aceptada o afiliarse a un grupo de jóvenes sino que lo lleva a cabo para expresar sus gustos personales. Los dos jóvenes entrevistados coinciden en que no son respetados por las instituciones sociales y han sufrido discriminación, es totalmente evidente que la sociedad da gran importancia a la apariencia, aun los individuos viven con prejuicios hacia aquellos que se atreven a romper con los cánones convencionales respecto a la manera de vestir o decorar el cuerpo, esto solo deja ver que en la sociedad persiste la falta de conocimiento cultural ante la diversidad de identidades juveniles contemporáneas.

## **CONCLUSIONES GENERALES**

Para poder plantear las conclusiones de esta investigación es importante situarnos en tiempo y en espacio, por tanto nos encontramos en el siglo XXI, en una época que considero que es transitoria, cada vez va más allá del proyecto modernidad del siglo XVIII, esta época está rompiendo totalmente con los códigos establecidos en épocas anteriores, ahora se debe tomar en cuenta todos los cambios que han revolucionado totalmente la manera de vivir en el ámbito público y privado, en estos momentos cuestiones que anteriormente no eran aceptadas por la sociedad ahora son válidas, el auge de las nuevas tecnologías es protagonista, el mundo está totalmente comunicado, la globalización cada vez es mayor lo que ha traído como consecuencia un intercambio mayor de información en el mundo entero.

Ahora bien con respecto al espacio somos habitantes de México un país inserto dentro de un sistema económico capitalista que permite la apertura del mercado a influencias político-económicas del extranjero, lo que implica de igual modo influencias culturales extranjeras.

Como hemos señalado a lo largo de la investigación la juventud surgió a principios del siglo XX como una categoría para poder clasificar a los habitantes de una sociedad con respecto a su edad, se les llamo jóvenes, se les concedieron derechos y obligaciones, lo cual les ha permitido entre otras cosas tener mayor libertad, ser independientes y contar con poder adquisitivo. Como consecuencia de dicha libertad los jóvenes desarrollaron al máximo su creatividad la cual se vio reflejada en la consolidación de una cultura juvenil que emergió a mitad del siglo XX que tuvo su auge durante la década de 1960 a 1970. Varios de los autores citados en el documento coinciden de que fue un periodo de la historia en el que se dieron diversas condiciones tales como: desarrollo de las ciudades, el *baby boom*; la consolidación de los medios de comunicación; liberación sexual; la emergencia de las industrias culturales juveniles; todo esto conformó el escenario principal para que surgiera una cultura juvenil.

Dicha cultura juvenil con el transcurso de los años desarrolló toda una rama de diversas subculturas juveniles, las cuales se han consolidado gracias a las condiciones sociales. Por ejemplo, concentración de más industrias culturales,

más medios de comunicación, mayor publicidad que fomentan la difusión de imágenes. Toda esta información es dirigida hacia los jóvenes vistos como importantes agentes de consumo.

Es importante hacer referencia a que el objetivo de la modernidad de querer homogeneizar a la sociedad no resultó ya que por el contrario generó que la sociedad se dispersara y que emergiera una gran diversidad de expresiones. La sociedad moderna está caracterizada por la confusión y por la diversidad como Giddens señala:

La sociedad moderna pone en peligro a las existencias individuales, existe una gran indeterminación en el mundo, las sociedades modernas con su filosofía que implica libertad, bienestar y democracia, expande las opciones para los individuos, la diferencia en la modernidad es infinita, altera radicalmente la vida cotidiana y afecta a las dimensiones más íntimas de nuestra experiencia, las influencias globalizantes recaen en las disposiciones personales, lo que crea una confusa diversidad de opciones y posibilidades. Entre lo que destaca la confianza en la esfera personal, es decir la seguridad ontológica: lo que soy en este mundo social. Lo que orilla al individuo a crearse una auto identidad, por medio de un estilo de vida: los individuos se ven forzados a negociar posibles estilos de vida entre una diversidad de opciones, la elección del estilo de vida es cada vez más importante en la constitución de la auto identidad y en la actividad diaria. (Giddens. 1996: 25).

De acuerdo al planteamiento de Giddens la sociedad ha creado diversas opciones de qué ser o que representar y en este caso los jóvenes de las ciudades cuentan con poca experiencia en el mundo social, están empezando a conocer el funcionamiento de esta sociedad, necesitan situarse en el mundo y saber que representan para poder forjarse una identidad, y sus principales referentes culturales son las que difunden los medios de comunicación.

Es así como se han logrado consolidar la cultura actual y a su vez las identidades de los jóvenes, quienes buscan diferenciarse del resto de la sociedad pero a su vez buscan ser miembro de un determinado grupo de jóvenes, y la mejor manera de diferenciarse es a partir de su apariencia, a través de su vestimenta y de la forma de decorar su cuerpo. La vestimenta de las personas siempre ha sido característica de cada cultura y de cada época, por tanto considero que la cultura y la época a la que pertenecemos se caracteriza por la diversidad, muchos

jóvenes ya no se arraigan a determinada subcultura sino que retoman aspecto de diferentes grupos. Por ejemplo hay quien les gusta la música electrónica producto de los avances tecnológicos mientras que al mismo tiempo retoman aspectos étnicos de culturas prehispánicas.

Los jóvenes con la libertad que le concede el sistema social, han auto construido su identidad, se han apropiado de “su cuerpo” para decorarlo como deseen. La mayoría tienen bases para fundamentar por qué se visten de tal modo, utilizando determinados colores, por qué portan cierto símbolo o por qué se tatuaron. Al realizar el trabajo de campo me pude percatar que les entusiasma que se interesen por su forma de presentarse ante la sociedad, tienen mucho que decir, quieren ser escuchados en lugar de ser estigmatizados o reprimidos. Considero que es válido que sean escuchados antes de ser juzgados por su apariencia, creo que debemos de romper con prejuicios y abrirnos más hacia el conocimiento de lo desconocido y de lo diferente.

Ahora en la actualidad se tiene que aprender a vivir con la diferencia, el sistema mismo ha originado las condiciones para que emerjan estas expresiones, ya no hay vuelta atrás, es un fenómeno que es parte de la realidad social y no creo que con el tiempo desaparezca sino que cada vez se irá ampliando ese abanico de diversidad cultural y por tanto sería una buena opción comenzar a conocer dicha diversidad.

Por tanto se llega a la conclusión de que la fachada personal revela rasgos identitarios de los individuos, específicamente a partir de la vestimenta la cual refleja condiciones sociales y culturales, sin embargo la fachada personal es un arma de doble filo, por un lado puede reflejar lo que en verdad se es o por el contrario puede servir de ayuda para aparentar algo que no se es.

Ahora bien con respecto a las preguntas de investigación, la primera de ellas ¿Cómo se construye la identidad de los jóvenes a través de la vestimenta y el decoro corporal? Para dar respuesta, principalmente considero que la identidad de los jóvenes se construye a partir de dos factores: el primero se conforma por lo

que la estructura social ofrece: lo que las industrias culturales ofertan, lo que los medios y la moda publicitan. Mientras que el segundo se refiere a la elección personal a partir de las preferencias del individuo. Un ejemplo de ello radica en la manera en que existen diversidad de estilos juveniles, sí los jóvenes solo fueran autómatas y siguieran lo que dicta el sistema social; todos vestirían igual y serían tal como lo dicta el ideal establecido, pero no lo son.

Los jóvenes van construyendo su identidad con respecto a lo que la estructura ofrece y a su experiencia personal o gustos personales. Son conscientes de que lo primero que les pertenece es su cuerpo y a través de él reivindican su identidad vistiéndose de acuerdo a al grupo al que pertenecen o de acuerdo a sus ideales personales, marcándose el cuerpo para inmortalizar aspectos personales o para hacer referencia a que se pertenece a cierta corriente ideológica.

En cuanto a las hipótesis planteadas:

- La diversidad de expresiones culturales juveniles, es una consecuencia de la época en la que nos encontramos viviendo, ya que la sociedad moderna nos ofrece una infinidad de posibilidades, nos da cierta libertad de toma de decisiones donde somos libres de rechazar o aceptar formas de comportamiento y de consumo.
- La vestimenta conforma un medio de expresión para los seres humanos, a partir de ella se expresa en gran medida la identidad de cada persona, es un medio de comunicación no verbal que sirve de presentación ante el mundo social, la sociedad contemporánea ha dado gran importancia a la apariencia, a partir de ella ha idealizado, clasificado y estigmatizado a los individuos.

Considero que las hipótesis fueron confirmadas. La época globalizada ha incrementado el intercambio de información dirigida a los individuos sobre cómo ser, como actuar o que consumir, debilitando y reconfigurando identidades

nacionales y tradicionales, para dar paso a configurar identidades conformadas por la mezcla de diversas expresiones culturales de carácter global, en este aspecto radica la causa principal de la diversidad de identidades juveniles.

Por su lado la segunda hipótesis, de igual manera es confirmada, la vestimenta es un aspecto fundamental en el mundo social, nunca pasa desapercibida, siempre la ropa con la que vestimos o los accesorios que portamos en el cuerpo hablará por nosotros mismos, refleja nuestros gustos e intereses personales, no solo es un indicador de clase social, de género o de ocupación, sino de identidad.

Con respecto a la aportación de esta investigación en el campo de conocimiento científico considero que esta investigación servirá para ampliar el conocimiento de las identidades juveniles haciendo énfasis en la vestimenta a partir de la comunicación visual, también es una compendio de información importante para la sociología del vestir y creo que el objetivo de fomentar una sociología complementada con material visual fue un apoyo importante para confirmar que las imágenes son indispensables para comprender la realidad social, sin embargo no se profundizo totalmente en el análisis de la imagen.

## **ANEXOS**

### Imagen 001



02 de Octubre de 1968, Tlatelolco, México.

Fuente: Disponible en línea.

<http://laqartaepublica.blogspot.mx/2008/10/02-de-octubre-de-1968-testimonio.html>

### Imagen 002

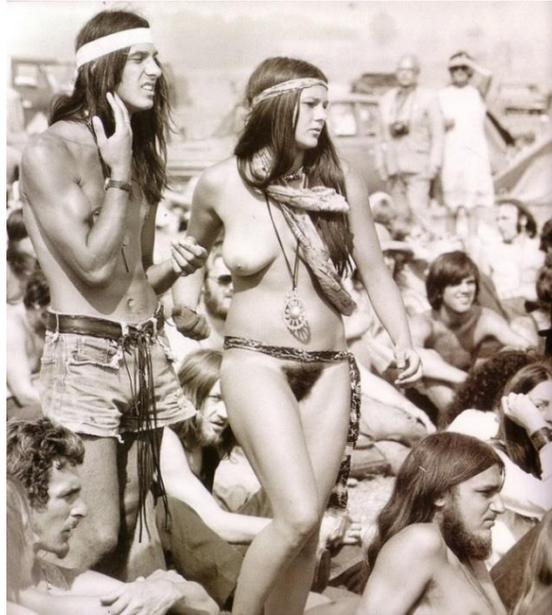


Hippies, 1967

Fuente: Disponible en línea.

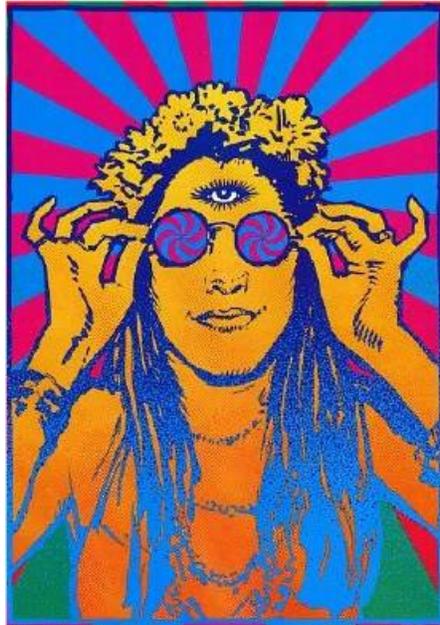
<http://www.fanpop.com/clubs/1960s-fashion>

### Imagen 003



Concierto de Rock, 1968. EUA.  
Fuente: Disponible en línea  
<https://www.pinterest.com/make-love-not-war/>

### Imagen 004



Arte psicodélico  
Fuente: Disponible en línea  
<http://www.blotterart.net/gallery/fuckthesystem/AcidTestFlyerEba>

### Imagen 005

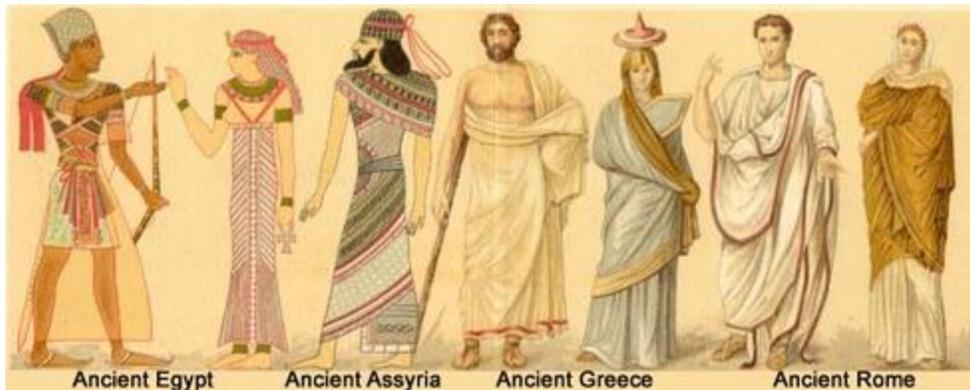


Industria cultural, Imagen de “el Che Guevara”

Fuente: Disponible en línea

<https://adribosch.wordpress.com/2013/06/14/el-che-guevara-el-vendedor-mas-grande-de-camisetitas-del-planeta/>

### Imagen 006



Vestimenta típica de las civilizaciones Egipcia, Asiria, Griega y Romana

Fuente: Disponible en línea

<http://fashion-babyz.blogspot.mx/>

### Imagen 007



María Antonieta, Reina de Francia. Siglo XVIII  
Fuente: Disponible en línea  
<http://mariaantonieta-vesa-asuncion.blogspot.mx/>

### Imagen 008



Gabrielle Coco Chanel. Francia, 1930  
Fuente: Disponible en línea  
<https://www.belelu.com/2013/08/29-frases-legendarias-de-la-visionaria-coco-chanel/>

### Imagen 009



Anuncio de las Fábricas Universales.  
Fuente: El Universal, Ilustrado 29 de Junio de 1917

### Imagen 010



Charles Pierre Baudelaire (1850):  
“Hay que ser sublime sin interrupción.  
El dandi debe vivir y morir ante el espejo”  
Fuente: Disponible en línea  
<http://www.lyrikjob.com/inspirationen/>

### Imagen 011



Pachuco "Tin tan" ,1950  
Fuente: Disponible en línea  
[http://www.tucineportal.com/contenido/tintan\\_docu.htm](http://www.tucineportal.com/contenido/tintan_docu.htm)

### Imagen 012



Vestimenta de "el cholo"  
Fuente: Disponible en línea  
[http://www.fotolog.com/mexican\\_styles/100258466](http://www.fotolog.com/mexican_styles/100258466)

Imagen 013



Rasta

Fuente: Disponible en línea  
<http://diariodeumarasta.tumblr.com/>

Imagen 014



Punks

Fuente: Disponible en línea  
[http://static1.dandydiary.de/content/uploads/2013/01/6\\_Punk\\_Myanmar.jpg](http://static1.dandydiary.de/content/uploads/2013/01/6_Punk_Myanmar.jpg)

Imagen 015



Raver

Fuente: Disponible en línea  
<https://www.flickr.com/photos/mikerollerson/8460469103/>

Imagen 016



Góticos

Fuente. Disponible en línea  
<http://www.eluniversaldf.mx/otrasdelegaciones/nota21775.html>

**Cuadro. 1. Población entre 15 a 29 años en los estados de la República 2010**

	Estado	Poblacion	%
1	Estado de México	4087433	13.8
2	Distrito Federal	2207680	7.4
3	Jalisco	1983184	6.7
4	Veracruz	1951019	6.6
5	Puebla	1570253	5.3
6	Guanajuato	1479369	5.0
7	Chiapas	1340335	4.5
8	Nuevo León	1192085	4.0
9	Micoacán	1165096	3.9
10	Oaxaca	983989	3.3
11	Guerrero	904935	3.1
12	Chihuahua	867997	2.9
13	Baja California	836232	2.8
14	Tamaulipas	833086	2.8
15	Sinaloa	717063	2.4
16	<b>Hidalgo</b>	<b>699044</b>	<b>2.4</b>
17	Coahuila	697193	2.3
18	San Luis Potosí	672403	2.3
19	Sonora	670656	2.3
20	Tabasco	613844	2.1
21	Yucatán	529776	1.8
22	Querétaro	501993	1.7
23	Morelos	458962	1.5
24	Durango	426371	1.4
25	Zacatecas	394467	1.3
26	Quintana Roo	387008	1.3
27	Tlaxcala	322969	1.1
28	Aguascalientes	320409	1.1
29	Nayarit	281304	0.9
30	Campeche	228042	0.8
31	Colima	174959	0.6
32	Baja California Sur	170814	0.6
	<b>Total</b>	<b>29,669,970</b>	<b>100.0</b>

Fuente: elaboración propia con base a los microdatos del Censo 2010.

**Cuadro 3. Municipios de Hidalgo con población entre 15 a 29 años 2010.**

Municipio		%
Pachuca de Soto	74082	10.6
Tulancingo de Bravo	42025	6.0
Mineral de la Reforma	35990	5.1
Huejutla de Reyes	33316	4.8
Tula de Allende	27093	3.9
Tizayuca	24979	3.6
Tepeji del Río de Ocampo	22341	3.2
Ixmiquilpan	21521	3.1
Actopan	15344	2.2
Cuautepec de Hinojosa	14623	2.1
Tezontepec de Aldama	13216	1.9
Huichapan	12098	1.7
Tepeapulco	11780	1.7
Mixquiahuala de Juárez	11297	1.6
Acaxochitlán	10924	1.6
Zempoala	10685	1.5
Zimapán	9808	1.4
Apan	9785	1.4
Francisco I. Madero	9677	1.4
Zacualtipán de Ángeles	9416	1.3
Tlanchinol	9190	1.3
Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero	9019	1.3
Tecoautla	8596	1.2
San Salvador	8572	1.2
San Felipe Orizatlán	8383	1.2
San Agustín Tlaxiaca	8380	1.2
Tepehuacán de Guerrero	8097	1.2
Atitalaquia	7712	1.1
Atotonilco de Tula	7534	1.1
Atotonilco el Grande	7204	1.0
Tlaxcoapan	6522	0.9
Huehuetla	6237	0.9
Progreso de Obregón	6093	0.9
Chapulhuacán	6020	0.9
Yahualica	5871	0.8
Tlahuelilpan	5119	0.7
Zapotlán de Juárez	5108	0.7
El Arenal	4947	0.7
Huautla	4933	0.7
Cardonal	4930	0.7
Acatlán	4856	0.7
San Bartolo Tutotepec	4687	0.7
Pisaflores	4662	0.7
Atlapexco	4539	0.6

Alfajayucan	4534	0.6
Chilcuautla	4534	0.6
Metztitlán	4524	0.6
Tasquillo	4491	0.6
Huasca de Ocampo	4438	0.6
Ajacuba	4393	0.6
Santiago de Anaya	4385	0.6
Xochiatipan	4323	0.6
Tenango de Doria	4304	0.6
Nopala de Villagrán	3858	0.6
Tianguistengo	3726	0.5
Epazoyucan	3657	0.5
Singuilucan	3641	0.5
Mineral del Monte	3609	0.5
Tolcayuca	3573	0.5
Calnali	3414	0.5
Emiliano Zapata	3200	0.5
Metepec	3127	0.4
Jacala de Ledezma	3057	0.4
Huazalingo	3030	0.4
Villa de Tezontepec	2964	0.4
Tetepango	2886	0.4
Chapantongo	2864	0.4
Almoloya	2841	0.4
Lolotla	2757	0.4
Jaltocán	2581	0.4
Molango de Escamilla	2578	0.4
Tepetitlán	2487	0.4
Tlanalapa	2418	0.3
Tlahuiltepa	2368	0.3
La Misión	2334	0.3
Omitlán de Juárez	2288	0.3
Agua Blanca de Iturbide	2208	0.3
Mineral del Chico	2126	0.3
San Agustín Metzquititlán	1941	0.3
Nicolás Flores	1925	0.3
Xochicoatlán	1690	0.2
Pacula	1490	0.2
Juárez Hidalgo	696	0.1
Eloxochitlán	573	0.1
<b>Total</b>	<b>699,044</b>	<b>100.0</b>

**Fuente: Elaboración propia con base a los microdatos del censo 2010**

**Base de preguntas utilizadas en las entrevistas**

## **Datos socioeconómicos**

- 1.- Nombre:
- 2.- Edad:
- 3.- Genero:
- 4.- Residencia actual:
- 5.- ¿Estudias? (En caso de que no, pasar a la pregunta 8)
- 6.- ¿Dónde?
- 7.- ¿Qué?
- 8.- Grado de Escolaridad:
- 9.- ¿Trabajas?
- 10.- ¿En dónde?
- 11.- ¿Cuál es la actividad que realizas en tu trabajo?
- 12.- Estado civil:
- 13.- Número de hijos:
- 14.- Religión:
- 15.- ¿Con quién vives?
- 16.- ¿Alguien te apoya económicamente?
- 17.- ¿Quién?

## **Tiempo libre**

- 18.- ¿Qué haces en tus tiempos libres?
- 19.- ¿Qué es lo que más te gusta hacer?
- 20.- ¿Qué lugares son los que más frecuentas?
- 21.- ¿Pertenece a algún grupo de jóvenes, banda o subcultura juvenil? (En caso de que no, pasar a la pregunta 24)
- 22.- ¿Cómo se hacen llamar?
- 23.- ¿Desde cuándo comenzaste a ser miembro de la agrupación?
- 24.- ¿Cuál fue el motivo por el que disidiste ser parte del grupo?

25.- ¿Te identificas con algún grupo o subcultura juvenil? (En caso de que no, pasar a la pregunta 27)

26.- ¿Con cuál?

27.- ¿Por qué?

28.- ¿Conoces sus orígenes?

29.- ¿Te sientes comprometido con alguna ideología o filosofía?

30.- ¿Por qué?

31.- ¿Conoces sus orígenes?

32.- ¿Qué genero de música prefieres?

33.- ¿Acudes a tocadas musicales de tu genero favorito?

34.- ¿Cada cuándo?

35.- ¿A dónde?

36.- ¿Con quién?

37.- ¿Tus amigos comparten los mismos gustos e ideas que tú?

### **Vestimenta**

38.- ¿Cómo consideras que es tu manera de vestir?

39.- ¿Consideras que tu manera de vestir o de decorar tu cuerpo es extravagante?

40.- ¿Crees que llamas la atención?

41.- ¿Cómo te describes?

42.- ¿Cuál es el objetivo de presentarte así ante el mundo social?

43.- ¿Por qué?

44.- Desde los cuantos años comenzaste a vestirte con ese estilo?

45.- ¿Siempre te vistes así o existen espacios en los que te vistes diferente?

46.- ¿Por qué elegiste ese estilo y no otro?

47.- ¿Crees que algo o alguien influyo en tu decisión?

48.- ¿Qué o quién?

49.- ¿Dónde consigues tu ropa y tus accesorios?

50.- ¿Qué representa tu manera de expresarte?

- 51.- ¿Qué es lo que quieres comunicar o transmitir a la sociedad?
- 52.- ¿Crees que estas a la moda?
- 53.- ¿Por qué?
- 54.- ¿Utilizas símbolos en tu vestimenta?
- 55.- ¿Sabes que representan?
- 56.- ¿Tienes tatuajes?
- 57.- ¿Cuántos?
- 58.- ¿Qué representan o que significado tienen?
- 59.- ¿Tu manera de vestir y de decorar tu cuerpo te hace sentir diferente al resto de la sociedad?
- 60.- ¿Alguna vez has sido rechazado por tu apariencia?
- 61.- ¿En qué momento o en qué situación?
- 62.- ¿Has sido objeto de burla por tu manera de ser?
- 63.- ¿Te has visto en la necesidad de cambiar tu estilo?
- 64.- ¿Por qué?
- Identidad
- 65.- ¿Qué entiendes por identidad?
- 66.- ¿Consideras que tu manera de vestir es parte de tu identidad?
- 67.- ¿Por qué?
- 68.- ¿Qué opinas acerca de que las apariencias engañan?
- 69.- ¿Crees que la apariencia importa más que la manera de pensar?
- 70.- ¿Qué opinas de la expresión juvenil?
- 71.- ¿Qué opinas acerca de la diversidad de estilos juveniles que existen actualmente?
- 72.- ¿A qué crees que se deba?
- 73.- ¿Alguna vez has tenido algún conflicto con otros jóvenes, grupo de jóvenes o banda?
- 74.- ¿A qué se debió?
- 75.- ¿Qué tanto respetas la diversidad juvenil?

76.- ¿Crees que algún día exista una razón la cual te haga dejar de expresarte tal como lo haces?

77.- ¿Crees que tu manera de expresarte es propensa a cambiar?

## REFERENCIAS

- ALCOCEBA Hernando, José Antonio ( 2009) *“El lenguaje del cuerpo a través del tatuaje: de la adscripción identitaria a la homogeneizadora democratización de la belleza”*. Revista de estudios de juventud. No. 78, 2007, pp 75 – 90. Universidad Complutense de Madrid, España.
- ANAYA, José Vicente (1998) *“Los poetas que cayeron del cielo. La generación Beat comentada y en su propia voz”*. Juan Pablos Editor. Instituto de Cultura de Baja California. México.
- ARCE Cortes, Tania (2009) *“Subcultura, Contracultura, Tribus Urbanas y Culturas Juveniles: ¿Homogeneización o diferenciación?”*. Revista Argentina de Sociología, Vol. 6, Núm. 11, Nov. – Dic. 2008, pp. 257 – 271. Consejo de Profesionales en Sociología, Buenos Aires, Argentina.
- BAUMAN, Zygmunt (2002) *“La cultura como praxis”*. Paídos Estudio. España.
- BERMÚDEZ, Emilia (2001) *“Consumo cultural y representación de identidades juveniles”* (Ponencia a ser presentada en el Congreso LASA 2001, celebrado en la ciudad de Washington DC del 6 al 8 de septiembre del 2001). Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos. Maracaibo, Venezuela.
- BONFIL Batalla, Guillermo (1991) *“Pensar nuestra cultura”*. Alianza. México.
- BOCOCK, Robert (1993) *“El Consumo”*. Ediciones Talasa, 1era Edición, Madrid, España.
- BOURDIEU, Pierre (1990) *“Sociología y cultura”*. Ediciones Grijalbo, 1era. Edición, México, D.F.
- BOURDIEU, Pierre (2002) *La "juventud" no es más que una palabra*. En Sociología y Cultura (pp. 163-173). México: Grijalbo, Conaculta.
- BRITO Lemus, Roberto (1996) *“Hacia una sociología de la juventud. Algunos elementos para la deconstrucción del paradigma de juventud”*. JOVENes, Revista de Estudios sobre Juventud, cuarta época, año 1. México. Editada por el Centro de Investigación y Estudios de Juventud en México.

- BRITO Lemus, Roberto (2002) *“Identidades juveniles y praxis divergentes: Acerca de la conceptualización de la juventud”*, en Nateras, Alfredo (coord.), Jóvenes, culturas e identidades urbanas. México: UAM /Porrúa.
- CABALLERO, José Antonio (2003) *“Derechos de los jóvenes”*. Acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México.
- Comisión para América Latina y El Caribe (2004) *“La juventud en Iberoamérica”*. Tendencias y Urgencias. Santiago de Chile.
- CUEVA, Perus Marcos (2005) *“La juventud como categoría de análisis sociológico”*. Instituto de Investigaciones Sociales. Universidad Autónoma de México. México.
- ENTWISTLE, Joanne (2002) *“El cuerpo y la moda. Una visión sociológica”*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España.
- ESPINOZA, Luz (2012) “La exploración del color: el azul” en CLTRA CLCTVA. [En línea]. México. Disponible en: <http://culturacolectiva.com/la-exploracion-del-color-el-azul/> [Accesado el día 14 de Agosto de 2014].
- FEATHERSTONE, Mike (2000) *“Cultura de consumo y posmodernidad”*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- FEIXA, Carles (1998) *“El reloj de arena. Culturas juveniles en México”*. SEP-Causa joven/ CIEJ, México. Colección Jóvenes, núm. 4.
- FERNÁNDEZ Silva, Claudia (2011) *“El vestuario como identidad, del gesto personal al colectivo”*. Conferencia dictada en la 8va Jornada Académica de Diseño Industrial “Las personas y los diseñadores; una buena sociedad” en Abril 28 de 2010. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia.
- FERNÁNDEZ Silva, Claudia (2013) *“De vestidos y cuerpos”*. Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia
- GARCIA Canclini, Néstor (1990) *“Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”*. CONACULTA, Grijalbo, México.
- GIDDENS, Anthony (1991) *“Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea”*. Editorial Península. Barcelona.

- GIDDENDS, Anthony (1996) *“Modernidad y autoidentidad.”* en Berian, Josexto (Comp.) *Las Consecuencias perversas de la modernidad.* Anthropos. Barcelona, España.
- GIMENEZ Montiel, Gilberto (1995) *“Modernización, cultura e identidad social”.* Espiral, enero-abril, año/vol. 1, número 002, Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México.
- GIMENEZ Montiel, Gilberto (2002) *“Paradigmas de Identidad”* en Chihu Amparan Aquiles (Coord.) *Sociología de la Identidad.* Universidad Autónoma de México. México.
- GOFFMAN, Erving (1993) *“La presentación de la persona en la vida cotidiana”.* Amorrortu editores, España.
- HOBBSAWM, Eric (1994) *“Historia del Siglo XX”.* Grijalbo Mondadori, S. A. Av. Belgrano 1256, Buenos Aires – Argentina.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011) *“México un país de jóvenes”.* Volumen 1, Número 1. México.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2000) *“Los jóvenes en México”.* México.
- Kahani Entertainment (2013) *“The Psychedelic Pionners”.* You Tube [En línea]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=l9mq8JzwZTg> [Accesado el día 22 de Abril de 2014]
- LABOUREAU, Ana Gisela (2013) *“Afectarse de alegría: el recuerdo de lo festivo a través de las practicas corporales vestimentarias contraculturales durante la última dictadura militar y la transición democrática”* en X Jornadas de Sociología de la UBA. 20 años de pensar y repensar la Sociología. Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI. Del 01 al 06 de Julio de 2013. Mesa 18: Sociología de los cuerpos y las emociones. Instituto de Investigaciones Gino Germani – Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires, Argentina.

- MARTÍNEZ Barreiro, Ana (1996) *“Elementos para una teoría social de la moda”*. Sociológica Revista de pensamiento social. Universidad de A Coruña. España.
- MARTINEZ Barreiro, Ana (2004) *“La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas”*. Universidad de A Coruña. Departamento de Sociología y Ciencia Política y de la Administración. España.
- MATO, Daniel (1999) *“Globalización, representaciones sociales y transformaciones sociopolíticas”*. En Revista Nueva Sociedad N° 163, Caracas, Septiembre-Octubre 1999. Págs. 152-163.
- MEDINA Carrasco, Gabriel (2000) *“Aproximaciones a la diversidad juvenil”* en Reguillo, Rosana (Coord). Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión. Colegio de México. Centro de estudios Sociológicos.
- NAVARRO Kuri, Ramiro (2000) *“Cultura juvenil y medios”* en José Antonio Pérez Islas (Coord.). Jóvenes: una evaluación del conocimiento, una investigación sobre juventud en México 1886.-1999. Instituto Mexicano de la Juventud. México.
- NATERAS Domínguez, Alfredo (2002) *“Jóvenes, culturas e identidades urbanas”*. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
- NARVAEZ Gutiérrez, Juan Carlos (2007) *“Ruta trasnacional: a San Salvador por los Ángeles. Espacios de interacción juvenil en un contexto migratorio”*. Universidad Autónoma de Zacatecas, Instituto de la juventud. México.
- ORTEGA Olivares, Mario (2009) *“Metodología de la Sociología Visual y su correlato etnológico”*. Argumentos, Vol. 22, Núm. 59, enero – abril, 2009, pp. 165 – 184. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco, México.
- ORTIZ Gaitán, Julieta (2005) *“Casa, vestido y sustento. Cultura material en anuncios de la prensa ilustrada (1894-1939)”*. Instituto de investigaciones estéticas. Universidad Autónoma de México en “Historia de la vida cotidiana en México”, dirigida por Pilar Gonzalbo Aizporu. Tomo V “Siglo XX. La imagen ¿Espejo de la vida?”, volumen 2. Aurelio de los Reyes (Coord.). COLMEX. Fondo de Cultura Económica. México.

- PEREZ Monroy, Julieta (2005) *“Modernidad y modas en la Ciudad de México: De la basquiña al túnico, del calzón al pantalón”*. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Autónoma de México en “Historia de la vida cotidiana en México”, dirigida por Pilar Gonzalbo Aizporu. Tomo IV “Bines y vivencias. El siglo XIX”. Anne Staples (Coord.). COLMEX. Fondo de Cultura Económica. México.
- REGUILLO, Rosana. FEIXA, Carles. VALDEZ Mónica. GOMEZ Granel, Carme. PEREZ Islas, José Antonio (2004) *“Tiempo de híbrido, entre siglos, jóvenes, México – Cataluña”*. Secretaria de Educación Pública, Secretaria General de Juventud. México.
- REGUILLO, Rosana (2003) *“Construcciones de identidades e identificaciones”* en José Antonio Pérez Islas (Coord.) Nuevas miradas sobre los jóvenes. Instituto Mexicano de la Juventud, México.
- REGUILLO, Rosana (2000) *“Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión”* en Medina Carrasco Gabriel (Compilador) Aproximaciones a la diversidad juvenil. Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos. México.
- REGUILLO, Rosana (1994) *“Las tribus juveniles en tiempos de la modernidad”*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Año/vol. V, numero 015. Universidad de Colima, México.
- RODRÍGUEZ Gonzales, Félix (2002) *“Lenguaje y contracultura juvenil. anatomía de una generación”*, en Félix Rodríguez González (Coord.) *“El lenguaje de los jóvenes”*. Ariel. Barcelona, España.
- SILVA Rodríguez, Manuel (2013) *“Relectura de la noción de Industria Cultural”*. Anagramas. Vol. 12, No. 23, pp. 175 – 198. Julio – Diciembre 2013. 226 p. Medellín, Colombia.
- SOUTO Kustrín, Sandra (2007) *“Juventud, teoría e historia: La formación de un sujeto social y de un objeto de análisis”*. Instituto de Historia del CSIC, España.
- URREA, Inmaculada (1997) *“Coco Chanel: la revolución de un estilo”*. Ediciones Internacionales Universitarias. Cornell University, Estados Unidos.

- URTEAGA Maritza (2011) *“Construcción juvenil del espacio urbano contemporáneo”*. Ponencia al Grupo de Trabajo 43 “Jóvenes, cultura y poder”, IX Reunión de Antropología del MERCOSUR Culturas, encuentros y desigualdades. 10 – 13 de julio 2011, Ciudad de Curitiba, Brasil.
- URTEAGA Maritza (2010) *“Culturas juveniles y futuro de los jóvenes en México”* en Cultura juvenil y contracultura. IBERO, Revista de la Universidad Iberoamericana. Año II, Número 8, Junio-Julio 2010.
- URTEAGA Maritza (1993) *“Identidad y jóvenes urbanos”* en Estudios Sociológicos COLMEX. Mayo - Agosto 1993, Vol. XI, No. 33. México.
- VALENZUELA Arce, José Manuel (1991) *“Modernidad, postmodernidad y juventud”* en Revista Mexicana de Sociología., vol. 53, no. 1 (enero-marzo, 1991). México.
- VALENZUELA Arce, José Manuel (1998) *“Las producciones culturales y el consumo cultural”* en Jaime Arturo Padilla Herrera (Coord.). *La construcción de lo juvenil*. Reunión nacional de investigadores sobre juventud. Colección JOVENes, México.