

**IDENTIDADES JUVENILES Y FORMAS DE VESTIR.
ESTUDIO DE CASOS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS**

ELCIRA LEYVA QUINTERO



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SANTIAGO DE CALI
2009**

**IDENTIDADES JUVENILES Y FORMAS DE VESTIR.
ESTUDIO DE CASOS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS**

**ELCIRA LEYVA QUINTERO
COD 9925359**

**DIRECTOR:
ALBERTO VALENCIA**



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA
SANTIAGO DE CALI
2009**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
PRESENTACIÓN	4
1. LA JUVENTUD	7
1.1 Una Aproximación a la “juventud”	8
1.1.1 La Condición Juvenil	9
1.1.1.1 Establecimiento de la Condición Juvenil	17
1.1.1.2 La condición juvenil en la ciudad de Cali	20
1.2 Los jóvenes de la Universidad Javeriana	23
2. MATERIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DE LAS FORMAS DE VESTIR	24
2.1 Análisis del concepto de Identidad	25
2.1.1 Las Identidades Juveniles	29
2.2 El escenario	31
2.3 Las Formas de vestir	34
3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	43
3.1 Ubicación del espacio social predominante	46
3.2 Los sujetos de estudio	49
3.3 Descripción del trabajo de campo	53
4. LAS FORMAS DE VESTIR COMO MATERIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DE LA PRESENTACIÓN EN DISTINTOS ESCENARIOS	57
4.1 Percepciones acerca de la juventud y la identidad juvenil	57
4.2 Las formas de vestir como elemento de configuración De la identidad	70
4.2.1 El papel de los escenarios	71
4.2.2 Las formas de vestir	76
5. CONCLUSIONES	93
6. BIBLIOGRAFÍA	96

PRESENTACIÓN

La acostumbrada sobreoferta de prendas de vestir propia de las sociedades occidentales modernas, nos envía mensajes constantes que establecen nexos entre lo ofrecido –una multiplicidad de alternativas cada vez más grande y cambiante- y aquello que somos, creemos o aparentamos ser. Como consumidores y jóvenes, somos constantemente objeto de un gran despliegue mediático cuyo objetivo no parece ser el simple acercamiento de la brecha cliente-producto, sino brindar una fuente constante de elementos dotados de significado que sirvan de atavío simbólico a quien los adquiere. De este modo, los productos ofrecidos proporcionan a quien está en disposición de adquirirlos una cierta carga semántica: una prenda de una marca específica puede dotar a quien la usa de algo más que un elemento funcional. Las prendas de vestir se asumen como un elemento que configura aquello que las personas son para sí mismas y para su contexto social, pues no son vistas y adquiridas sólo a través de la función que cumplen, sino también desde la perspectiva del contenido social que pueden proporcionar o denotar.

Una de las poblaciones más susceptibles a ser objeto del mencionado despliegue mediático, es la juvenil, pues sus características como conjunto social diferenciado así lo facilitan. Así, encontramos que el mercado de casi toda campaña publicitaria está constituido principalmente –y en lo referente a prendas de vestir- por individuos pertenecientes a ella. Es por esta razón que se ha hecho pertinente la indagación en torno a la manera en la que los jóvenes configuran su identidad a través de éste tipo de consumos. Para dar cuenta de ella –al menos en un sentido sociológico- es preciso estructurar una reflexión de tipo conceptual y un trabajo investigativo de campo que permita establecer ciertas premisas empíricas respecto a este tema.

La manera más adecuada de acercarnos a esta materia es a través de la formulación de una hipótesis de trabajo, que en este caso puede ser enunciada en los siguientes términos: cada joven tiene una forma personal de vivir la juventud, la cual constituye, proyecta y afirma a través de su indumentaria. A partir de esta hipótesis,

puede establecerse que el propósito del presente trabajo de investigación es indagar acerca de la importancia que tienen para los jóvenes las prendas de vestir en tanto elemento configurador de identidades juveniles, a partir de la presentación en distintos escenarios sociales.

Ahora bien, un trabajo de estas características se torna relevante en la medida en que las formas de vestir han pasado de ser preferidas sólo en virtud de su carácter funcional, para ser una herramienta de materialización de las condiciones sociales de quien las porta. Es en este sentido que el estudio del papel de las mismas posee relevancia sociológica, pues es gracias a los espacios sociales y a variables de diverso tipo que éstas se han convertido en vehículo de expresión y constitución de la identidad.

Para poder sustentar la hipótesis planteada, es necesario recorrer un camino que explore las vertientes tanto teórica como práctica, esto significa, fundamentalmente, el abordaje de aquellos conceptos –primordiales y referenciales– que le den solidez desde el punto de vista de la teoría sociológica y, por otra parte, la elaboración de un trabajo de campo cuyo objetivo sea la recolección de información empírica que la confirme.

La parte teórica de esta investigación consta de dos capítulos, en los cuales se dará cuenta de aquellos conceptos que permiten configurar un instrumento de abordaje del problema en cuestión. Éstos se han dividido en dos grupos, los principales, por un lado, entre los que se encuentran la Condición Juvenil y la Identidad y los referenciales o secundarios, a saber, escenarios y formas de vestir. Por propósitos prácticos, se dedica el primer capítulo de forma exclusiva al primero de los conceptos principales, pues es necesario un adecuado tratamiento de este para hablar con rigor de los siguientes. Ya fundamentado todo lo referente a la Condición Juvenil, se establecerá entonces el nexo Identidad-Escenarios-Formas de Vestir como elementos interpretativos cruciales para la confirmación de la hipótesis a un nivel empírico.

El Trabajo de Campo corresponde, en este caso, primero a la exposición detallada de la metodología utilizada y, en segundo lugar, a la formalización de la

información obtenida, agrupada según el esquema sugerido por el andamiaje conceptual planteado. Finalmente, las conclusiones no harán otra cosa que establecer de manera precisa los puntos de convergencia entre teoría y práctica, en respaldo del punto de partida.

Se espera, pues, que éste sea sólo uno de los muchos aportes investigativos en torno a un problema cuya naturaleza exige desarrollos prominentes, sobre todo en un contexto social como el colombiano, cada vez más permeado de las lógicas y diálogos que un mundo globalizado arroja sobre él.

1. LA JUVENTUD

Los jóvenes como grupo social reconocido, han sido objeto de discusión en torno al papel que juegan en las actuales sociedades contemporáneas. Para ser entendidos como sujetos bajo condiciones sociales especiales, se ha tratado de indagar acerca de la aparición de estos en los espacios sociales, así como de la manera en la cual se constituyen así mismos como individuos pertenecientes a una etapa del desarrollo humano con características particulares.

De acuerdo a ello, la juventud es abordada en el presente capítulo como concepto básico de análisis ya que es a partir de este referente en el que se asienta la condición de los sujetos de estudio como pertenecientes a una etapa particular, con percepciones y características únicas que los delimitan dentro de esta condición.

Este estudio pretende indagar acerca de la manera en la que 15 jóvenes - pertenecientes a La Universidad Javeriana- se reconocen así mismos dentro de la categoría antes mencionada, a partir de la presentación que hacen de sí mismos en los espacios sociales que frecuentan. Se abordará también el valor intrínseco que tienen para ellos las prendas de vestir en tanto manifestación de identidad juvenil.

Teniendo en cuenta que los referentes básicos que se desarrollan en el presente trabajo de investigación obedecen a construcciones teóricas delimitadas por las ciencias sociales, se hará una breve exploración de las nociones de identidad y juventud, las cuales son el fundamento de análisis del presente trabajo.

En este orden de ideas, empezaremos por abordar el concepto de juventud. Para los propósitos del análisis esta será entendida como una categoría clasificatoria que se construye a partir de la constitución de las sociedades modernas¹. En las que han tenido lugar diferentes formas de asociación que se han conformado a partir de características históricas y sociales que han permitido -de una u otra forma- la derivación de formas de diferenciación de los individuos, que se han introducido a partir de características de tipo biológico, cultural y social.

¹HOBBSAWM., Eric. *Historia del siglo XX*. Editorial Critica Barcelona. 1995 P. 325.

El propósito del presente capítulo es ofrecer un panorama general acerca de aquellos fenómenos sociales y culturales que influyeron en la configuración de la juventud como categoría de análisis. Esto, a partir del examen de la conformación de las sociedades modernas y de las transformaciones que estas experimentaron a lo largo del siglo XX.

Con el fin de desarrollar de manera más específica la mencionada categoría, se darán a conocer una serie de definiciones que la particularizan, buscando con esto incluir variables precisas que posibiliten el acercamiento al objeto de estudio.

Circunscribiéndola en un campo más delimitado, la juventud puede ser abordada con mecanismos empíricos específicos en virtud de los elementos conceptuales mencionados. Se concluirá presentando una breve síntesis de la representación de la condición de juventud que se observa en la ciudad de Cali. Por supuesto, se abordarán las particularidades que ofrece esta ciudad y los diferentes elementos que constituyen la categoría de juventud dentro de la realidad local de nuestra región.

1.1 UNA APROXIMACIÓN A LA “JUVENTUD”.

La juventud, en este contexto, será entendida como un concepto que se desarrolla a partir de ciertos procesos sociales y culturales, procesos que le otorgan una forma de reconocimiento en tanto etapa del desarrollo del individuo. Aunque muchas teorías han estudiado el concepto desde una perspectiva somatológica, aquí se sustentará la idea de que la condición de juventud está determinada por elementos de orden histórico y social, que han permitido a esta ser tomada como parte de las diferentes etapas del desarrollo personal.

Si bien esta condición contiene -por decirlo de alguna manera- elementos de orden somatológico², también es necesario aclarar que a lo largo de los procesos de modernización de las sociedades, el concepto se ha modificado en razón de tales procesos.

El concepto de juventud se articula en torno a la constitución de las sociedades postmodernas occidentales y su constitución ha contado con el concurso de una serie de elementos, que han posibilitado su desarrollo actual. Desde esta perspectiva, la juventud se configura a partir de ciertas condiciones sociales que tienen que ver con normas, comportamientos e instituciones que de una u otra forma enmarcan el concepto de juventud y le distinguen como tal.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que la franja de la población denominada juventud, además de responder a factores que obedecen a la edad y los cambios somatológicos vinculados a ésta; se encuentra atravesada por condiciones sociales como son: la generación, el género, la clase, la etnia, el territorio, etc.³ La juventud se convierte en aquel referente social para determinar el paso de la niñez a la adultez. Por tal razón, el rango de edad es contingente a la condición de juventud, así es posible ser aún joven a los 18 años y ser adulto a esa misma edad, dependiendo de las condiciones sociales dentro de las cuales se desarrolle el individuo.

1.1.1. La Condición Juvenil

Aunque el concepto de juventud ha sido abordado de distintas maneras dentro del campo de las ciencias sociales autores como Bourdieu, Giddens, han enfatizado su carácter de constructo social y cultural. También ha sido abordado como una etapa del individuo, intermedia entre la niñez y la adultez⁴, dejando de lado cualquier otra influencia. Teniendo claro este abordaje, la juventud será entendida aquí como: *“una condición social con cualidades específicas que se*

² Somatológico: Aquello referente al estudio de las partes físicas del cuerpo humano. Encarta. Microsoft Corporation, 2006.

³ FEIXA, Carles. *De Jóvenes, bandas y tribus*. Barcelona. Editorial Ariel S.A. 1999. P.

⁴ BRITO, Lemus Roberto. *“Hacia una sociología de la juventud”*. En Revista JOVENES. Edición cuarta Época, Año 1. No 1. México D.F., julio-septiembre 1996. pp. 24.

manifiestan de diferente manera según las características histórico- sociales de cada individuo”⁵, sirviendo a los propósitos del primer grupo de los autores mencionados.

Ahora bien, esta condición social se encuentra atravesada por diferentes componentes dentro de los cuales se encuentra la clase social, el género, la región y el momento histórico en el cual se desenvuelve el sujeto adscrito a esta categoría. Tal como ha mencionado Brito (...) *aunque la edad es tomada como punto de partida para la definición de juventud, es preciso insistir en que este criterio no es estático y el rango étareo no define necesariamente la condición de juventud*⁶.

Al respecto Brito afirma: *“La juventud no tiene la misma duración en el campo que en la ciudad, en las clases altas que en los sectores marginados, en las sociedades modernas que en las tradicionales, incluso en ambos géneros”⁷*.

Teniendo como base estas premisas se proponen tres variables básicas para el análisis del concepto de juventud, las cuales serán tenidas en cuenta ya que permiten obtener un panorama amplio del concepto como tal. Estas variables son: 1. La juventud como proceso- 2. La subordinación y 3. Praxis diferenciada.⁸

En cuanto a la juventud, como proceso, esta es tomada en tanto producto social delimitado por dos factores determinantes: lo biológico y lo social. El primero de estos factores se refiere a la disociación niño- adolescente, mientras que el segundo factor se refiere a la disociación joven- adulto, en el sentido de que *el joven se encuentra en su proceso de inserción en la sociedad, y aunque ya este apto para reproducir a la especie, todavía no se incorpora plenamente a los procesos de reproducción de la sociedad, como tales*⁹.

Es desde este punto de vista que el carácter social de la juventud se puede referir a las condiciones de reproducción de la sociedad. En la medida en la que esta condición es tomada como una etapa de la inserción del individuo en las estructuras

⁵ *Ibid.* P. 27.

⁶ *Ibid.* P. 26

⁷ *Ibid.* P. 27.

⁸ *Ibid.* P. 28.

propias del entramado social como la familia, el mundo laboral etc. En palabras del autor, *la juventud se inicia con la capacidad del individuo para reproducir la especie humana y termina cuando adquiere la capacidad para reproducir a la sociedad.*¹⁰

Así, la juventud especificada como proceso social requiere de ciertas normatividades e instituciones que conviertan al joven en un agente social competente¹¹. Este fenómeno solo se da a partir de un proceso de subordinación con respecto a las otras generaciones en especial a la generación adulta o mayor que contiene una serie de saberes y experiencias acumuladas que le permiten al individuo constituido como joven apropiarse de herramientas para su “maduración social”, todo este proceso de doma y asimilación de las normas permite la cohesión social.

La praxis diferenciada, hace referencia a que la juventud no solo se encuentra adscrita al reemplazo generacional; es, al mismo tiempo, la representación del riesgo y la incertidumbre ante la solidez y la seguridad del mundo adulto¹².

La juventud es abordada por este autor como una etapa de inestabilidad, pero a la vez de preparación y tolerancia respecto a la experimentación de conductas que solo son posibles -o más bien aceptadas- socialmente si se está inscrito en la condición de juventud. En palabras de Brito, *el espacio juvenil tiende a convertirse al mismo tiempo en un espacio de indulgencia social ya que las normas sociales pierden rigidez en la juventud, así como un espacio de incertidumbre mientras se completa el proceso de asimilación*¹³.

De acuerdo a lo citado, existe una relativa autonomía en la etapa de la juventud respecto de la sociedad y, por tanto, de las normatividades e instituciones que la representan. Esta autonomía relativa permite al individuo establecer su identidad y circunscribirse como tal. Esta apropiación de la generación a la cual pertenece el joven se contrapone a generaciones anteriores. Este atributo

⁹ *Ibid.* P. 28.

¹⁰ *Ibid.* P. 29.

¹¹ *Ibid.* P. 29.

¹² *Ibid.* P. 31.

¹³ *Ibid.* P. 31.

desencadena una serie de imaginarios propios de la juventud, como, por ejemplo, el lenguaje, la indumentaria, el lenguaje corporal, las actividades realizadas, etcétera. Brito afirma:

*La juventud produce una imagen que proyecta ante la sociedad y es reciclada; con lo que el joven consume su propia imagen en un juego de espejos en donde la sociedad le rebota esa imagen, de tal manera que la juventud se ve así misma como la miran los demás*¹⁴.

Esta característica hace socialmente tangible la condición de juventud, otorgándole particularidades únicas dentro de la estructura social, dándole un significado diferenciado dentro de la sociedad. Solo en el momento de la aparición del imaginario de juventud es que ésta adquiere su carácter específico dentro de un contexto social determinado, con base en acciones, elecciones y manifiestos que representan un tipo de conducta que trasciende una edad determinada.

Ahora bien, la condición juvenil se transforma constantemente, adquiriendo nuevos significados. Del mismo modo, la imagen que materializa esta condición evoluciona, se desdibuja configurándose de manera continua, es decir, se diversifica y complejiza, adhiriéndose a ella nuevas variables y significados que -de una u otra forma- afectan a las redes sociales en las que se inscribe.

En ese orden de ideas, la condición de juventud se remite a la forma en que la juventud encuentra su asidero en el plano de lo social, con dinámicas y características que la dotan de un sentido de especificidad y la juventud es tomada en sentido amplio como la manera en que los sujetos son reconocidos como pertenecientes a una generación específica.

Todas estas características le otorgan a la condición de juventud un carácter de cotidiana renovación que es continuamente evaluado con el fin de desentrañar las nuevas dinámicas que se gestan en sociedades actuales y como influyen en el desarrollo social, en todos los niveles de las comunidades y contextos sociales dentro de las cuales se encuentran insertos.

¹⁴ *Ibid.* P. 32.

Con base en esto, seguiremos adelante surtiendo al concepto de juventud de elementos que supongan un desarrollo conceptual preciso al momento de abordar las identidades juveniles como fenómeno sociológico. Inmediatamente, se hará referencia a algunas unidades de análisis que sustentan el concepto de juventud.

La juventud como condición social, no solo se remite a lo biológico, pues en ella operan ciertos mecanismos que la suscriben en estructuras sociales determinadas. A continuación, entonces, se desarrollan las variables que han sido anteriormente mencionadas (generación, género, extracción socioeconómica e incidencia de lo corporal) respecto a la juventud y a la construcción de identidad juvenil.

La generación, encuentra su punto de partida respecto a la edad, delimitándose a su vez a partir de procesos sociales y culturales. La juventud se configura socialmente como un periodo de la vida pasajero, en el cual se adquieren códigos culturales y simbólicos que identifican al sujeto con la generación a la que pertenece. Estos códigos conducen a comportamientos y vivencias determinados, que se insertan en el contexto social y permiten diferenciar una generación de otra. Pertenecer a una generación implica, pues, haber nacido en un momento histórico determinado con ciertas características inherentes a este. Al respecto: *Pertenecer a una generación supone, de algún modo, poseer códigos culturales diferentes, que orientan percepciones, gustos, valores, modos de apreciar y desembocan en mundos simbólicos heterogéneos con distintas estructuraciones de sentido*¹⁵

La adscripción a una generación involucra la apropiación de comportamientos, conductas y códigos que se tornan en factores fundamentales de la constitución de la identidad del individuo y -a su vez- se convierten en la base de socialización de este dentro del grupo social al que pertenece.

El cuerpo es el lienzo en el que se plasman aquellos comportamientos, conductas y códigos de las que se apropia el individuo para llevar a cabo su proceso

¹⁵ MARGULLIS Mario- URRESTY Marcelo. “La construcción social de la juventud”. En: Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas identidades. Bogotá Vive y Siglo de hombre Editores. 1998. P. 7.

de socialización. Es en el plano corporal en donde se materializan aquellos elementos, que configuran la identidad del joven, lo diferencian y a la vez lo identifican con sus coetáneos y -al tiempo- le diferencian de los ajenos al grupo. Margullis y Urresty afirman: *El cuerpo en la medida en que conforma una apariencia, el aspecto físico ofrece a primera vista el resultado de un proceso en el que se entrecruzan factores sociales profundos*¹⁶

Este fenómeno se puede evidenciar si observamos que –desde la perspectiva del marketing- los jóvenes son vistos como agentes consumidores de modas y estilos, siendo convertidos en sujetos de consumo. De acuerdo a ello, los jóvenes tratan de identificarse con una imagen prototípica del joven, construida a través de la publicidad. Esta imagen, al estar sometida a las leyes del mercado, posee características y atributos únicos los cuales se transforman constantemente.

La imagen prototípica del joven, difundida a través los medios de comunicación, obedece a una categorización que se configura a partir de un modelo dictado por la industria y los mercados. De esta manera, la imagen es apropiada por los jóvenes de distintas clases sociales quienes la dotan de un sentido particular y relativo a sus condiciones sociales. Lo corporal es el suelo sobre el que se asienta la condición juvenil, materializándose y visibilizándose profundamente influenciada por la imagen prototípica. El proceso de incorporación de tal imagen prototípica se puede observar a gran escala en la sociedad de consumo. Margullis y Urresty, definen este proceso como: *“la extensión del consumo de los signos juveniles; la cual se encuentra ligada al proceso de mercantilización de la imagen de juventud y como consecuencia de los signos de los cuales se apropia la juventud, para luego ser tomados como medio de consumo masivo.”*¹⁷

Cabe anotar que la imagen de juventud que se proyecta, es la de un cuerpo perfecto, la del joven exitoso y lleno de vitalidad que tiene la vida por delante y el cual puede permitirse abordar la vida de una manera descomplicada y sin vacilaciones.

¹⁶ *Ibid.* P. 11.

¹⁷ *Ibid.* Pp. 14-15.

Esta imagen obedece a una construcción mediatizada y construida por los sectores dominantes, que dadas sus condiciones presentan al joven como aquel sujeto aventurero, con atributos físicos determinados y con la posibilidad tanto mental -dada su condición de joven- pero también económica de poder realizar y de emprender todos aquellos proyectos de vida que el desee llevar a cabo, ya que tiene todas las posibilidades de hacerlo.

Es común en la actualidad, la masificación de las cirugías estéticas, de los gimnasios y las dietas que le permiten al cuerpo retroceder en el tiempo, buscando una imagen siempre actual y por ende de juventud que obedece a la difusión cotidiana de los medios de comunicación y que se ha convertido en un modelo idealizado de éxito y vitalidad en las sociedades actuales.

La identidad juvenil, como se especificará en la segunda sección del capítulo dos, se encuentra inmersa dentro de estas dinámicas de consumo y no escapa fácilmente a ellas; por el contrario la dotan de un sentido determinado, le otorgan un significado y una imagen que a partir de estos parámetros se convierte en una imagen carismática de la condición de juventud. Con referencia a esto, el autor afirma:

“El sistema de la moda, la cultura del consumo y ciertos órdenes discursivos como la publicidad, constituyen factores de fuerte incidencia en la reproducción de las dinámicas clasificatorias vigentes en una sociedad. Los objetos combinados con la gestualidad, actúan como señales de identidad”¹⁸

El género incide directamente en la condición de juventud debido a que la forma de ser joven se vive y se apropia de manera diferente tanto para hombres como para mujeres. Esto se debe a que las condiciones culturales determinan las características referentes al género, que permitirán vivir y apropiarse de manera diferenciada la condición de juventud. En Margulis- Urresty encontramos que *la condición de juventud depende de la sociedad y la cultura. Hombres y mujeres*

¹⁸ *Ibid.* P. 16.

experimentan su juventud según el sector social al que pertenecen y son miembros de una generación y como tales son hijos de su tiempo”¹⁹

De esta forma, las condiciones sociales intervienen en la configuración de identidad del ser joven tanto para hombres como para mujeres y -desde esta premisa- la mujer es considerada como agente prolongador de la especie, ya que posee un tiempo más restringido que el del hombre para la realización de dicha tarea.²⁰ Esto significa que la aptitud para la maternidad influye en la configuración de la identidad juvenil, desde el punto de vista del género. Ahondando un poco más en esto, podríamos afirmar que la mujer joven, debido a la condición de maternidad -en otras épocas determinante para la identidad de esta- se ha desdibujado con el tiempo. Esto se ha manifestado particularmente en los sectores socialmente dominantes, en los cuales la mujer no está definida solamente por su capacidad para tener hijos, sino como un agente activo que vivencia la juventud, como un momento preliminar a esta elección. Margullis-Urresty afirman: *La maternidad en el género femenino incide, sin duda, en la condición de juventud y matiza las modalidades, experiencias y deseos en esta etapa de la vida. También imprime sus huellas en los cuerpos de las mujeres jóvenes de cada uno de estos sectores y en su posibilidad diferente de investirse con los signos de la juvenilización”²¹.*

De acuerdo con lo arriba expuesto, la juventud y la identidad juvenil adquieren su especificidad a partir de variables culturales e históricas relativas al contexto social. Así mismo, influyen en su constitución modelos construidos desde los medios de comunicación, que -al proyectar una imagen prototípica-, posibilitan su introyección con relación a las condiciones sociales en las que se inscribe. Estos elementos teóricos permiten abordar el problema de la forma de vestir como factor constitutivo de la identidad juvenil. Con este propósito, se desarrollarán ciertos aportes teóricos que definen las formas de vestir como concepto sociológico, articulado a la construcción de identidad.

¹⁹ *Ibid.* P. 12.

²⁰ *Ibid.* P. 12

1.1.1.1. ESTABLECIMIENTO DE LA CONDICIÓN JUVENIL

De acuerdo a las ideas expuestas por Hobsbawm²², acerca de los procesos de transformación de las sociedades occidentales acaecidos a lo largo de siglo XX, se produjeron una serie de cambios económicos, políticos, de la esfera familiar y del hogar, que modificaron radicalmente las relaciones cotidianas de los sujetos.

La constitución de la condición juvenil, se afianzó a partir de los sucesos acaecidos en las décadas de los 60 y los 80. Esto produjo el -así llamado- *auge de una cultura específicamente juvenil*²³, que imprimió elementos importantes a la condición de juventud de esta época y -al mismo tiempo- delimitó los linderos de la misma. En dicho momento histórico, la juventud adquirió importancia como grupo social, tal como Hobsbawm lo expresa, [el] *fenómeno de la cultura juvenil se estableció a partir de sucesos sociales específicos, que permitieron el reconocimiento de este fenómeno dentro de las sociedades en las cuales se presentó*²⁴.

Una de las condiciones sociales que influyen en la categorización del individuo como perteneciente a la juventud, se refiere al status de estudiante. Esta adquiere cierta significatividad, en la medida en la que esta implica un nivel de adscripción a la vida social, dentro de la cual, están delimitados ciertos derechos y obligaciones, que otorgan al sujeto de características especiales. Así pues, la juventud relativizada por lo estudiantil, especifica la pertenencia al campo de la cultura juvenil, añadiendo elementos a la obvia brecha generacional que está entraña.

La brecha generacional se remite -en este sentido- a la diferenciación entre las distintas etapas, definidas cronológicamente, que atraviesa el individuo. La niñez y la adolescencia están definidas por el alto grado de dependencia del sujeto respecto de su grupo familiar y de la sociedad. Una tercera etapa es la juventud, etapa en la cual el individuo adquiere un cierto nivel de independencia -aunque

²¹ *Ibid.* P. 13.

²² HOBSBAWM, Eric. *Historia del siglo XX*. Editorial Critica Barcelona. 1995.

²³ *Ibid.* P. 325.

mínimo-marca pautas de diferenciación con las etapas precedentes. Esta independencia es limitada, ya que este periodo es aceptado como naturalmente contrapuesto a las otras generaciones, en tanto el sujeto se encuentra en una fase de concientización y preparación para la vida adulta.

Del mismo modo, la condición juvenil, se refiere idealmente a una etapa de transición entre la adolescencia y la adultez en la que el individuo constituye su estilo y forma de vida, esto lo hace a partir de experiencias recogidas en dicha etapa, que le permitirán afrontar y desenvolverse apropiadamente en el mundo adulto. La etapa de la juventud es considerada como un periodo de transición que -aunque en la actualidad ha incrementado su rango de edad- sigue siendo vista como un periodo de corta duración.

Con respecto a cómo la cultura juvenil se configuró a lo largo del siglo XX, se puede afirmar que, si bien la juventud en un principio fue concebida como transición, en este periodo esta se constituyó como modelo idealizado de las sociedades modernizadas²⁵. En ese sentido, la juventud pasó a ser parte importante del desarrollo del individuo no solo como periodo de transición, pues los sujetos inscritos en esta categoría ganaron espacios importantes en las decisiones políticas en muchos de los países desarrollados²⁶, espacio que anteriormente se encontraba reservado para los adultos.

Siguiendo lo anterior la juventud se constituyó como un grupo con conciencia propia²⁷ y criterio para influir en la realidad social, lo cual le dio a la cultura juvenil considerable relevancia en las sociedades desarrolladas en donde se manifestaron estos sucesos.

Así mismo, al determinarse lo juvenil como cultura, se produjo un crecimiento acelerado del consumo de objetos que contenían referencias juveniles. Los jóvenes se convirtieron, entonces, en consumidores por excelencia de productos lanzados constantemente al mercado, tanto en lo relacionado con la apariencia

²⁴ *Ibid.* P. 326.

²⁵ *Ibid.* P. 327.

²⁶ *Ibid.* P. 327.

(prendas de vestir, accesorios), como con lo vinculado a identidades juveniles (música, revistas de variedades etc.)²⁸, así como innovaciones tecnológicas.

De este modo, los avances tecnológicos incorporados por los jóvenes supusieron mayores distancias intergeneracionales²⁹, pues dieron valor al conocimiento adquirido por la juventud, privilegiándolo respecto del apropiado por el adulto, lego en cuestiones tecnológicas. Esto responde a una especie de *juvenilización de las masas*³⁰, que se evidencia, así mismo, en la adopción de prendas de vestir carentes de elegancia y atavíos para dar paso a prendas más sencillas, que denotaban una forma de ser y sentirse joven.

Como fenómeno adyacente, la masificación de los medios de comunicación en los países desarrollados impuso una cultura juvenil global de estilos y maneras de ser joven, a través de prácticas y consumos difundidos a gran escala. La juventud, pues, dejó de ser vista como una minoría o un periodo corto de transición, para convertirse en un modelo deseado por la mayoría, cuya adopción dependía de los prototipos de lo juvenil difundidos por los canales ya mencionados. La juventud se convirtió en la condición privilegiada³¹ por excelencia en un proceso vertiginoso.

Los prototipos de lo juvenil se popularizaron en la sociedad de consumo, que otorgaba posibilidades de adquirir masivamente los símbolos que les eran propios. La consecuencia de esto fue la transformación de la juventud de etapa del desarrollo a moda de masas. Ser, sentirse y verse joven en la actualidad se encuentra íntimamente relacionado con el estar a la moda y considerarse así mismo moderno y actual. Bajo estos parámetros, la cultura juvenil adquiere importancia para el mercado, que la utiliza como pretexto para la comercialización de productos de consumo masivo, influyendo en la caracterización de la juventud en tanto modelo³².

²⁷ *Ibid.* P. 326.

²⁸ *Ibid.* P. 328.

²⁹ *Ibid.* P. 328

³⁰ *Ibid.* P. 329.

³¹ *Ibid.* Pp. 326-327.

³² *Ibid.* Pp. 326-327

La industria de bienes de consumo popularizó entre la juventud aquellos símbolos e imágenes utilizados por los jóvenes para convertirlos en elementos constitutivos de lo juvenil. La juventud adoptó un modelo idealizado por los medios de comunicación y el mercado de masas³³. No es de extrañar que al hablar de juventud se haga referencia a determinado tipo de música como el rock and roll y a vestimentas determinadas como el uso de jeans y camisetas, que marcaron de una otra forma lo juvenil en una época y lo hacen –aún- en la actualidad.

De acuerdo a lo expuesto por Hobsbawm, el factor que influyó de manera determinante en la constitución de lo juvenil fue:

“La separación histórica de las generaciones, nacidas antes de 1925 y después de 1950, la cual fue drástica debido a las transformaciones sociales que se produjeron sobre todo después de la segunda mitad de la década del 50. La brecha generacional entre padres e hijos se hizo mucho más profunda en la medida en que dichas transformaciones dieron como resultado un cambio tanto en el ámbito de lo social y político como de las relaciones más íntimas...”³⁴

Después de haber presentado una breve síntesis de las condiciones sociales y culturales que influyeron en la configuración de lo juvenil en las sociedades contemporáneas, y con la intención de mostrar un panorama general de la condición de juventud, se pasará a hacer énfasis en tres conceptos básicos (identidad, formas de vestir, escenarios), utilizados por científicos sociales cuyo objeto de estudio han sido las identidades juveniles. Estos conceptos permitirán abordar el tema propuesto para el presente trabajo.

1.1.1.2. LA CONDICIÓN JUVENIL EN LA CIUDAD DE CALI

En la ciudad de Cali es posible encontrar diversos espacios en los que se manifiestan formas de ser joven heterogéneas. Estas formas de vivenciar la juventud se relacionan con las condiciones sociales de los individuos e involucran el capital

³³ *Ibid.* P. 326.

³⁴ *Ibid.* P. 330.

acumulado de los grupos familiares a los que pertenecen, pasando por la elección racional de gustos y saberes que determinan su condición juvenil.

Las múltiples manifestaciones de la juventud se encuentran permeadas por fenómenos, tales como la influencia de los medios masivos de comunicación, el grupo de pares frecuentados y otra serie de elementos que inciden en la inmersión de los individuos en lógicas y prácticas de consumo. El presente trabajo de investigación trata de describir una de las tantas formas en las que se puede evidenciar este fenómeno en la ciudad de Cali.

Los jóvenes escogidos para la realización de este estudio hacen parte de una pequeña parte de la población juvenil de la ciudad. La población juvenil de Cali cuenta con alrededor de seiscientos ochenta y siete mil individuos entre los 15 y los 29 años y de estos un gran porcentaje se ubica en los estratos inferiores de la escala de estratificación socio-económica³⁵. Así, hablar de la juventud caleña como un universo estadístico resulta equivocado, ya que es posible encontrar en la ciudad distintas maneras de ser joven, construidas a partir de la experiencia misma de quienes participan de ella.

De acuerdo a lo expuesto por Sonia Muñoz: “En Cali los estratos 1 y 2 tienen un mayor número de miembros y una población infantil y joven más grande que la del resto de la población”³⁶. Estos sectores de la población son los más afectados por problemáticas sociales como la falta de empleo, los altos índices de pobreza y la falta de oportunidades, que evidencian la vulnerabilidad de estos sectores y la falta de reconocimiento de estas problemáticas en el entramado social de la ciudad. Esta representación de la condición juvenil, caracterizada desde una mirada adulta, no solo se refiere a la dicotomía joven problemático y delincuente versus joven emprendedor, sino también a lo estético.

A partir de este esquema, el joven modelo es aquel que visita continuamente los centros comerciales de la ciudad, está al tanto de los sitios de moda -a los que acude continuamente- en busca de relacionarse con jóvenes de sus mismas

³⁵MUÑOZ. Sonia. *Jóvenes en discusión. Sobre edades, rutinas y gustos en Cali*. Fundación Antonio Restrepo Barco. Fundación Social. Fundación FES. ProCívica T.V. Santafé de Bogotá, julio de 1999.

características, se ubica socio-demográficamente en sectores reconocidos como el sector de Granada en el norte de la ciudad, el barrio el Peñón al oeste y los sitios de esparcimiento ubicados al sur de la ciudad, que en la última década se han expandido notablemente.

Así, pues, mientras los jóvenes de extracción popular se encuentran asociados a los espacios del oriente y de ladera de la ciudad, los jóvenes pertenecientes a las capas medias y altas de la ciudad se relacionan con los sitios –así considerados- de moda.

Como se afirmó anteriormente, lo estético es una de aquellas cosas que contribuyen a la representación de la condición juvenil y el cuerpo -como se afirma en la sección anterior- es el espacio de materialización de sus características. Ahora bien, de esta idea se sigue que las formas de vestir se relacionan fuertemente con el proceso de adscripción a lo juvenil. Las formas de vestir son un elemento perteneciente al plano de lo estético y, como tal, contribuyen a distinguir y afirmar al individuo en un grupo social determinado. Sin embargo, las lógicas de consumo determinadas por el mercado de las prendas de vestir no se limitan a imposiciones del mismo, sino que se articulan con la necesidad de reconocimiento de una identidad.

Bien puede afirmarse que la escogencia y el gusto con relación a las prendas de vestir obedece, de forma general, a la disposición o necesidad de articularse a una identidad juvenil. Pero dicha disposición se encuentra fuertemente impregnada de modelos idealizados de lo juvenil publicitados a través de los medios de comunicación, los cuales son apropiados, reconstruidos y muchas veces deconstruidos por los jóvenes que acceden a ellos.

Dejando a un lado esta representación impuesta, se puede afirmar que en la sociedad caleña se gestan formas diferenciadas de vivir la juventud. Estas formas rebasan la mera pertenencia a una u otra capa de la sociedad. Por eso, en este caso, se decidió realizar un acercamiento a un pequeño grupo de jóvenes que posee un estilo

³⁶*Ibid.* P. 33.

de vida³⁷ diferenciado, quienes configuran su condición juvenil a partir de la contraposición con el mundo adulto y la interacción en distintos escenarios sociales.

1.2. LOS JÓVENES DE LA UNIVERSIDAD JAVERIANA

La población de las universidades con sede en la ciudad de Cali, esta compuesta en un gran porcentaje por jóvenes cuyas edades oscilan entre los 16 y los 28 años. Es posible reconocer en ellas las distintas dinámicas de grupo que constituyen una parte importante del desarrollo de la condición juvenil en la ciudad. Tales dinámicas se evidencian en la presentación de los jóvenes en los ámbitos de la vida cotidiana a través de elementos como las formas de vestir.

Amparándose en lo anterior, se puede afirmar que los jóvenes configuran su identidad a partir del reconocimiento de sí como individuos pertenecientes a un grupo social, en el cual se insertan a través de ciertas prácticas que los hacen partícipes de la condición juvenil. Así, la pertenencia al ámbito estudiantil –en este caso la Universidad Javeriana- evidencia una condición juvenil específica que se puede notar a partir de la presentación en espacios de socialización como el ámbito universitario.

En la Universidad Javeriana, es posible observar las distintas manifestaciones de la condición juvenil de acuerdo a las variables Edad, Género y Extracción Socioeconómica de los jóvenes que interactúan cotidianamente en este espacio. Las formas de vestir en este contexto -en tanto elemento de presentación- son mecanismos de identificación y diferenciación social que posibilitan la materialización de lo juvenil a partir de las variables mencionadas.

La Universidad, al ser un espacio múltiple de socialización permite la manifestación de estilos de vida y la construcción de relaciones sociales de confianza. Esto es posible por la permanencia misma de los estudiantes y la interacción con sus pares, más allá de la asistencia a las actividades académicas. Este fenómeno facilita la

³⁷ El estilo de vida se define como: Sistema de prácticas enclasadadas y enclasantas, esto es, de signos distintivos (los gustos). En: BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Alfaguara S.A. Buenos Aires 1999 .P. 188.

interacción de individuos con características sociales similares, haciendo posible el reconocimiento mutuo y logrando con ello la consolidación de un círculo social amplio, con prácticas sociales específicas y estilos de vida dominantes.

2. MATERIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DE LAS FORMAS DE VESTIR.

El propósito de este trabajo es demostrar cómo a través de las formas de vestir se materializa cierta identidad juvenil de un grupo de estudiantes de la Universidad Javeriana de Cali. El presente capítulo constituye un acercamiento a los conceptos fundamentales y referenciales necesarios para el sustrato teórico de este trabajo de investigación. Como concepto fundamental se abordará la identidad, en la medida en que esta es la categoría respecto de la cual los escenarios y las formas de vestir, en este caso conceptos referenciales, hallan su lugar.

Respecto al problema de la identidad se tomará en primer lugar, la propuesta teórica planteada por Gilberto Giménez, que presenta un panorama amplio del problema de identidad desde una perspectiva global. En segunda instancia, se tomarán los elementos teóricos de análisis de Anthony Giddens, quien efectúa un acercamiento al concepto de identidad, entendida esta como construida a partir de distintos fenómenos sociales, culturales e históricos. De esta forma, se contará con lo necesario para una fundamentación suficiente del concepto de identidad, crucial para los propósitos de este trabajo.

En lo que se refiere a la configuración de identidad de los sujetos a partir de la presentación de estos en espacios sociales determinados o “escenarios”, se abordará al sociólogo Erving Goffman, quien nos presenta una propuesta acerca de la forma en la que la identidad se instala en la vida cotidiana de los individuos. Para este autor, los individuos representan su identidad para sí y para los demás, haciendo uso de diferentes mecanismos que les permiten articularse a grupos sociales, dentro de los cuales actúan y que los configuran como agentes portadores de identidad.

Por último, se desarrollará la categoría *formas de vestir* teniendo en cuenta a algunos autores, cuyas diferentes perspectivas y elementos conceptuales permitieron retomar las formas de vestir como un componente de la construcción de la identidad. Primero se tomará el aporte de Roland Barthes, quien define el vestido como lenguaje no hablado. En segunda instancia, el texto de George Simmel quien nos ofrece una breve aproximación de la moda en tanto fenómeno sociológico en el cual se inscriben las formas de vestir. Para finalizar, se hará alusión a Pierre Bourdieu, quien describe la indumentaria como una de las maneras en las que las clases sociales, a través de las prácticas sociales adoptan elementos de distinción, que permiten significar estilos de vida diferenciados.

2.1. ANÁLISIS DEL CONCEPTO DE IDENTIDAD

El concepto de identidad se desarrolló recientemente a partir de las transformaciones de las sociedades modernas, este hace alusión a un fenómeno meramente moderno o –por decirlo de otra forma- que ha sido abordado solo a partir de la modernidad reciente. Según Gilberto Gimenez, la identidad se desarrolla a partir de la teoría del actor social o el retorno del sujeto³⁸, en donde las actuaciones subjetivas de los individuos empiezan a tornarse importantes y, por tanto, dignas de estudio por parte de las ciencias sociales en general.

El concepto de identidad es definido por Giménez como *atributo subjetivo de los actores sociales relativamente autónomos, comprometidos en procesos de interacción y comunicación*³⁹. La importancia de este concepto tiene su énfasis en el carácter subjetivo de las acciones sociales que se insertan en el campo de la vida cotidiana y que hacen parte del entramado social. La identidad, así entendida, se configura a partir de la imagen que el sujeto tiene de si y aquello que refleja en los otros.

³⁸ GIMÉNEZ, Gilberto. *La Identidad Social o el Retorno del Sujeto en Sociología*. P. 6.

³⁹ *Ibid.* P. 6.

El concepto de identidad aquí propuesto, pone su acento en la configuración de la identidad como un proceso de reconocimiento en el otro, tomando como punto de partida las subjetividades de los individuos que actúan para sí y para otros. Este concepto, pues, será entendido y abordado como un constructo social.

Siguiendo con el orden de ideas propuesto al inicio de esta sección, vincularemos a la fundamentación del concepto de identidad al sociólogo británico Anthony Giddens, quien lo desarrolla haciendo énfasis en las transformaciones de la modernidad y sus instituciones. Tales cambios se entretajan directamente con la vida individual y con el Yo, cuya identidad reaparece o se configura a partir de la reorganización del tiempo y el espacio.

En Giddens la modernidad ha contribuido de manera específica a los procesos de transformación de las condiciones del sujeto, las cuales le han puesto en una nueva fase de desenvolvimiento y han supuesto una serie de situaciones y trayectorias de vida que han transformado por completo los procesos sociales. El proceso de construcción del individuo es presentado por este autor como mediado por fenómenos sociales mundiales: *Los cambios en aspectos íntimos de la vida personal están directamente ligados al establecimiento de vínculos sociales de alcance muy amplio*⁴⁰. Todos estos giros han dado paso a un replanteamiento de la identidad del individuo y han contribuido a una nueva construcción del sujeto. Para servir al propósito de este trabajo aquí se pretende utilizar este concepto de identidad y retomarlo a partir del proceso de la modernidad, ello justificado bajo la consideración de que los mencionados procesos de cambio permiten afirmar que la construcción de identidad en la actualidad se encierra mediada por procesos mucho más complejos que aquellos vividos en sociedades tradicionales.

Ahora bien, las transformaciones radicales de la identidad del Yo, propias de la modernidad reciente, se han visto fuertemente influenciadas por el desarrollo de una cultura global, que han puesto a disposición de los sujetos información que en sociedades anteriores era desconocida por completo. Esta

complejización implica un alto contenido de reflexividad del Yo, el cual se va desenvolviendo según los procesos y cambios de las relaciones que transcurren a nivel global. Vista así, la identidad del Yo se aborda desde una perspectiva que articula el cambio personal al cambio social, determinando los procesos de formación y continuidad del Yo, a partir de su carácter reflexivo, transformándose según las condiciones de un medio impersonal y amplio, contrario a lo que sucedía en las sociedades comunitarias pequeñas.

Siendo la identidad del Yo uno de los conceptos fundamentales de este trabajo, resulta importante enfatizar su carácter en los individuos que se desenvuelven en la sociedad occidental, quienes están pasando por un proceso de transformación de las relaciones sociales. Para Giddens, los procesos de transformación de la modernidad no sólo se limitan a la construcción de la noción de individuo, sino que la trascienden para desarrollar aquella que ha denominado *trayectoria del yo: El yo esta visto como un proyecto reflejo del que es responsable el individuo...El reconocimiento de uno mismo esta subordinado al propósito más incluyente y fundamental de construir/reconstruir un sentido de identidad coherente y provechoso.*⁴¹ Aquí vemos entonces que la noción de individuo manejada por este autor esta ligada a la construcción de la identidad del Yo –en términos de él mismo–, que de aquí en adelante se utilizará para referirnos a la identidad del individuo. Teniendo en cuenta lo arriba expuesto es posible afirmar que la identidad no es algo fijo e inmanente al individuo, sino que se transforma a través de su trayectoria de vida, así como a partir de las decisiones y acciones conducentes a la transformación de su presente.

La construcción de identidad se encuentra mediada por elementos globales inherentes a la sociedad, sin embargo, esta se construye y transforma a partir del carácter intersubjetivo de los individuos y de la manera en la que se desarrollan sus historias de vida. Es precisamente en este punto que Giddens considera pertinente

⁴⁰ GIDDENS, Anthony. *Modernidad e Identidad del Yo. El Yo en la Época Contemporánea*. Ediciones Península. Barcelona. 1995. P. 48.

⁴¹ *Ibid.* P. 99.

la introducción del *estilo de vida* relacionándola con el concepto de identidad, definiendo éste como *un conjunto de prácticas más o menos integrado que un individuo adopta no solo porque satisfacen necesidades utilitarias, sino porque dan forma material a una crónica concreta de la identidad del yo.*⁴² Los estilos de vida son entendidos como el desencadenamiento práctico de la identidad, es decir, son el marco en el cual se evidencia socialmente la identidad y la trayectoria del Yo. Giddens afirma que de igual manera, *la selección o creación de estilos de vida esta influida por presiones de grupo y por la visibilidad de los modelos de rol así como por las circunstancias socioeconómicas.*⁴³

La forma en que se exteriorizan los estilos de vida, ya entendidos como evidencia social de identidad y trayectoria del individuo, es la apariencia. La apariencia es tomada como reflejo del individuo, dotado de una serie de elecciones producto de la influencia de los medios de comunicación, el círculo de amigos, la familia, la extracción socioeconómica y todos aquellos elementos que se relacionan con la identidad. Es a este respecto que Giddens afirma que *la apariencia se convierte en elemento fundamental del proyecto reflejo del yo*⁴⁴. Siguiendo esta idea, es posible afirmar que el cuerpo se constituye en agente reflejo de la identidad del individuo, en la medida en que es la entidad física a partir de la cual este se reconoce en su alteridad.⁴⁵ De este modo, se puede precisar, que las prendas de vestir se convierten en una de las formas más prácticas de exteriorizar el estilo de vida de un individuo, ya que a través de ellas este se presenta así mismo en el entramado social. Las formas de

⁴² *Ibid.* P. 106.

⁴³ *Ibid.* P. 108.

⁴⁴ *Ibid.* P. 129.

⁴⁵ Giddens afirma: *Conciérne a todas aquellas características de la superficie del cuerpo, incluidas las formas de vestir y acicalarse, que son visibles a la propia persona y a otros agentes que sirven habitualmente de indicios para interpretar acciones... Los modos de adorno de la cara o del vestido, han sido siempre hasta cierto punto medios de individualización; sin embargo, las posibilidades o el deseo de acceder a ellas eran en general muy limitadas. La apariencia indicaba ante todo identidad social, más que personal. Todavía no se han disociado enteramente el vestido y la identidad social y la forma de vestir sigue siendo un mecanismo indicador de género, posición de clase y categoría ocupacional. Las modas están influidas por presiones de grupo, publicidad, recursos económicos y*

vestir se convierten en un momento dado en la representación de la identidad del sujeto en el espacio social, resultando en criterio de diferenciación de lo que le rodea.

2.1.1. Las Identidades Juveniles.

Se habla aquí de identidades juveniles debido a la pluralidad de formas de constitución de la identidad en los jóvenes. De este modo, es lícito afirmar que las identidades juveniles constituyen en su pluralidad, solo variaciones posibles y tributarias del concepto de identidad antes expuesto.

En la primera sección de este trabajo, se hace brevemente referencia a las identidades juveniles en tanto formas de diferenciación de los individuos a partir de ciertas variables. Dichas variables dotan a las identidades juveniles de un sentido determinado, otorgándoles un significado e imagen específicos: generación, género y extracción socioeconómica, así como la incidencia de estos en lo corporal. La utilización de este tipo de abordaje a la hora de tomar a las identidades juveniles como objeto de estudio, está justificado por la ausencia de aparatos conceptuales específicos que brinden la posibilidad de dotarlas de un contenido menos relacionado con lo estrictamente observacional. Esto se encuentra ampliamente ejemplificado por los estudios más recientes en esta materia a nivel iberoamericano.

El psicólogo social español José Younis plantea el proceso de constitución de la identidad en los jóvenes, poniendo especial acento en la transición a la adultez, pero resaltando las modalidades que esta puede tomar con relación a las variables especificadas:

*Las trayectorias de construcción de identidades están fuertemente mediatizadas por la clase social y por el género, de modo que no podemos hablar de una única y abstracta juventud, sino de tantas juventudes como recorridos transicionales posibles.*⁴⁶

otros factores que fomentan a menudo la normalización más que la diferencia individual. Op Cit. Pp. 128-129

⁴⁶ YOUNIS, José Antonio. *Identidad, valores y estilos de vida de la población juvenil en la actualidad.*

www.azarug.org/formacion/sociopolitica/Identidad.%20valores%20y%20estilos%20de%20vida%20de%20la%20poblacion%20juvenil.html. Consulta realizada el mes de noviembre del 2007.

En un enfoque similar, el sociólogo Melchor López resalta el papel de las culturas juveniles como aglutinantes sociales. En este enfoque encontramos que elementos como la moda, la música y el lenguaje también tienen algo que decir respecto a la identidad:

*Las culturas juveniles que devienen en estilos provenientes de la moda, la música, el lenguaje, las prácticas y las actividades focales: la esquina, la calle, la red, la discoteca, las rutas de ocio, el local de baile, el tatoo y la perforación, el ska, el graffiti, asociado al vandalismo y la delincuencia; en una palabra, la otredad de un universo ante el mundo de las instituciones familiares, laborales, políticas, estatal, educativas, religiosas, como mirada oficial/dominante.*⁴⁷

Con relación a la identidad, López cita a Rossana Reguillo quien explica que la juventud no cabe en un conjunto de categorías fijas: *los constitutivos identitarios entre los jóvenes no pasan ya por la escuela, la fábrica o el partido. Se trata de identidades móviles, efímeras, cambiantes, y capaces de respuestas ágiles y, a veces, comprometidas (1999-2000).*⁴⁸ De esta manera, vemos que el abordaje de las identidades juveniles, en tanto objeto de estudio, ha estado marcado por la consideración de ciertos elementos que las determinan socialmente.

Siguiendo lo anterior, es posible afirmar que las identidades juveniles hallan su punto de referencia más próximo respecto al modo de vivenciar la juventud, estando este siempre vinculado a las variables que se han considerado. Con miras a una adecuada sustentación de la premisa fundamental del presente trabajo, es preciso trascender tales variables –abordadas con propiedad en la primera parte de este- y observar el escenario en el cual se despliegan las identidades configuradas en virtud de ellas. Es necesario, a su vez, profundizar en las formas en las que se materializa la identidad juvenil en dichos espacios de aparición.

⁴⁷ LÓPEZ, Melchor. *Estilos Juveniles*, en: *Revista Mexicana de Orientación Educativa*. No 4. Noviembre de 2004-Febrero de 2005. www.remo.ws/revista/n4/n4-lopez.htm - 76k - Consulta realizada el mes de noviembre del 2007.

⁴⁸ *Op. Cit.*

2.2. EL ESCENARIO

En la presente sección, se desarrollarán algunos elementos de la construcción teórica de Goffman referente a la presentación de las personas en la vida cotidiana, centrándonos en la incidencia que tiene la aparición de los sujetos en diversos escenarios en el proceso constitutivo de la identidad. Según el modelo dramático de Goffman, *los individuos actúan en la escena cambiante de la vida cotidiana tratando de presentar cada vez una imagen convincente y positiva de sí mismos según la naturaleza de la escena representada y la expectativa del público. De este modo endosan diferentes máscaras que cambian al cambiar la escena.*⁴⁹

Desde el punto de vista de este autor los individuos son actores que se desenvuelven en las escenas de la cotidianidad. El individuo, como parte de su vida diaria, se desplaza a través de diferentes escenas, al interior de las cuales configura y despliega un papel determinado ante los demás. El modelo propuesto por Goffman para articular la puesta en escena de los individuos se genera teniendo como base un lenguaje dramático, dentro del cual se desenvuelven los individuos en la cotidianidad.

Así pues, las diferentes escenas en las que el individuo se presenta son el entorno familiar, el círculo de amistades, el ámbito laboral, etcétera. Todos estos contextos determinan de alguna manera el rol o papel que desempeñara el individuo en el transcurso del proceso de socialización, esto se denomina la *puesta en escena del individuo respecto a los que le rodean*.

A partir de esta aparición o -más bien- presentación, se desarrollan una serie de situaciones que determinan ciertas características atribuidas al sujeto que pueden llegar a dar cuenta de su procedencia social, su status socioeconómico y otra serie de atributos que, a lo largo de la interacción o -como el autor lo denomina- la actuación del sujeto se irán reafirmando o desvirtuando. Introduciendo este esquema con relación a nuestro objeto de estudio, a saber, las formas de vestir como un factor más de construcción de identidad por parte de los jóvenes, nos detendremos aquí para

⁴⁹ GOFFMAN, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores. Buenos Aires. P. 17.

hacer un abordaje más detallado de la relación existente entre identidad y presentación del sujeto.

Para Goffman la forma de vestir es un recurso más del actor para su puesta en escena, es decir, que esta se torna en herramienta para personificar los diferentes roles dentro de los cuales este ha de desenvolverse teniendo en cuenta una serie de atributos ya desarrollados. Podría decirse –en el lenguaje de Goffman- que las formas de vestir hacen parte de una serie de artificios apropiados por parte del actor para llevar a cabo congruentemente su papel dentro de la escena dada.⁵⁰

Ahora bien, para hablar de la relación de los roles con la identidad, podemos decir con el autor que la constitución del rol dentro del contexto dado no se da en tanto mera *aparición* del individuo frente a los demás, sino también como parte del proceso de construcción de la impresión que el individuo tiene de si mismo. El rol es tomado como elemento fundamental de lo que somos y de lo que seremos, es decir de nuestra identidad. En palabras de Goffman: *...En la medida en que esta máscara representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos-el rol de acuerdo con el cual nos esforzamos por vivir -, esta máscara es nuestro si mismo más verdadero, el yo que quisiéramos ser. Al fin nuestra concepción del rol llega a ser una segunda naturaleza y parte integrante de nuestra personalidad. Venimos al mundo como individuos, logramos un carácter y llegamos a ser personas”*⁵¹

Esto significa que solo a partir de la escenificación del sujeto en la vida cotidiana es que este se constituye como tal, dotándose de personalidad –entendida esta como representación- para sí y para los demás.

En cuanto al rol, puede decirse que este es la manifestación dramática del sujeto, es el papel utilizado por el actor para hacer su aparición en la cotidianidad. La actuación esta ligada a la impresión que quiere dar el actor a los demás de la representación que tiene de si mismo, el rol tiene ciertos matices que lo

⁵⁰ *Ibid.* P. 18.

⁵¹ *Ibid.* P. 31.

complementan; aquí se hace referencia a la apariencia como elemento de la representación del sujeto en la cotidianidad, es decir, en la escenificación.

*La apariencia se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del estatus social del actuante. Estos estímulos también nos informan acerca del estado ritual temporario del individuo, es decir si se ocupa en ese momento de alguna actividad formal, trabajo o recreación informal...*⁵² La apariencia en tanto forma de presentación del sujeto es el punto de partida para el desenvolvimiento del rol y es una aproximación a la información general de la que disponen los espectadores en el momento de la escenificación.

Como ya se había afirmado, las formas de vestir son una elaborada máscara cuyo objetivo es hacer consistente la apariencia, materializándola de manera teatral: el vestido es, en última instancia, un artificio de la escenificación del actor. Al respecto Goffman afirma: *Aunque cada cual se vista de acuerdo con su condición, también estamos ante un juego. El artificio, como el arte, se sitúa en lo imaginario*⁵³. Aunque no en todos los casos el artificio concuerda con la condición del actor, es posible que este pretenda engañar al público a través de él. Puesto que el individuo se vale de diversos elementos que le permiten llevar acabo consecuentemente su actuación, identificarse y diferenciarse respecto de los otros, el vestido se convierte en uno de aquellos artificios utilizados por este para su presentación cotidiana, de acuerdo a los roles que pretenda adoptar.

Es en este punto en el que se puede empezar a relacionar identidad y formas de vestir, puesto que la primera está vinculada a la aparición del individuo en la cotidianidad. La coherencia entre el concepto que el individuo tiene de sí mismo y lo que proyecta de este en los otros es lo que constituye su identidad. Goffman sostiene: *Cuando un individuo aparece ante otros, proyecta, consciente e*

⁵² *Ibid.* P. 36.

⁵³ *Ibid.* P. 68.

*inconscientemente, una definición de la situación en la cual el concepto de sí mismo constituye una parte esencial*⁵⁴.

El proceso de constitución de la identidad es, pues, un fenómeno bidireccional: en él confluyen tanto la impresión que un individuo se ha dado de sí mismo y la que ha obtenido producto del reflejo de esta en los otros. La apariencia es la materialización de las impresiones proporcionadas por los individuos que hacen uso de ella en el proceso de interacción con los otros, dando a conocer cierta información que no es perceptible de manera inmediata a la puesta en escena y dando lugar a una proporcionalidad inversa:

Entre menos información se tenga acerca de alguien con quien se interactúa, más importancia se dará a su apariencia.

La puesta en escena del individuo es la forma de plasmar su identidad y tiene como fundamento la apariencia y las impresiones bidireccionales. Estos últimos elementos dan a conocer una información que bien puede ser verídica o inventada y es solo a partir de una interacción más prolongada que esta se modifica o consolida. Integrando los elementos anteriormente expuestos, podría concluirse que la presentación del individuo en la cotidianidad es el punto de referencia básico en la identidad de este, en el sentido de que es en este escenario en que el individuo se representa a sí mismo y los otros, haciendo acopio de una serie de artificios que le permiten desenvolverse consecuentemente con el papel que ha decidido asumir diariamente, siendo las formas de vestir aquello que desempeña de manera más radical la función de artificio en la escenificación diaria, estas serán materia de estudio en la próxima sección.

2.3. LAS FORMAS DE VESTIR

En la sección inmediatamente anterior se resaltó la importancia de la presentación del individuo en la cotidianidad como eje del proceso de constitución de la identidad. Siendo las *formas de vestir*, como se afirmó, uno de aquellos artificios –

⁵⁴ *Ibid.* P. 258.

quizá el que suele ser percibido como fundamental- de los que se vale el individuo para configurar su puesta en escena habitual, es lícito introducirlas como un concepto referencial al concepto de *identidad* tal como se hizo con el de *escenario*. El abordaje de dicho concepto se hará con el apoyo de tres autores cuyos aportes son significativos al análisis de las implicaciones sociales de las formas de vestir. El semiólogo francés Roland Barthes, quien interpreta las formas de vestir como lenguaje; el sociólogo alemán Georg Simmel, con sus aportes en torno a la moda; así como el sociólogo francés Pierre Bourdieu, con su caracterización de las formas de vestir como instrumento de distinción, constituyen los referentes teóricos básicos para solidificar el vínculo formas de vestir- identidad.

Roland Barthes introdujo el vestido como fenómeno social digno de estudio a partir de su investigación *El sistema de la moda*⁵⁵, a través de un desarrollo conceptual efectuado a partir de las revistas de moda y basado en un modelo lingüístico. En el mencionado estudio se hace énfasis en la forma a través de la cual el vestido constituye un lenguaje no hablado, dentro del cual operan mecanismos históricos, políticos y culturales que implican el reconocimiento de este elemento como objeto de estudio. Es en este sentido que puede hablarse del vestido desde una perspectiva que le dota de sentido sociológico. La aproximación a este texto será muy breve, ya que los elementos que nos conciernen son de carácter particular y no se encuentran definidos visiblemente dentro del texto.

Para Barthes, el vestido se configura inicialmente como una forma de lenguaje no hablado dentro del cual se articulan significados atribuidos tanto por los modelos divulgados por las revistas como por los sujetos que se apropian de ellos. De acuerdo a esto, el vestido contendría en sí mismo un significado de tipo denotativo y otro de tipo connotativo, configurándose este último a partir de la apropiación de los modelos por parte del sujeto y de la imagen que es proyectada cuando son utilizados en la cotidianidad. De esta manera el vestido está dotado de cualidades intrínsecas que lo constituyen como análogo de los códigos utilizados en el lenguaje hablado:

existe el vestido “escrito”, el vestido “descrito” y el vestido “imagen”. El vestido escrito es el publicado en las revistas de moda, el vestido descrito se refiere a la caracterización precisa que se hace del vestido y el vestido imagen corresponde a la expresión pictórica o fotográfica del vestido.

El vestido se adscribe a una serie de procesos propios del lenguaje hablado que se materializan en las revistas de moda, los desfiles y la masificación de estos por parte de los medios de comunicación. Desde esta mirada, el vestido se convierte en un artículo adjudicador de identidad, específicamente en el marco del estudio de la identidad juvenil, en la medida en la que pasa de ser vestido-objeto a ser vestido-imagen permitiendo el paso de lo denotativo (un primer nivel de expresión) a lo connotativo (el significado).

Las características connotativas del vestido están referidas a las variables específicas que ya se han mencionado en la primera parte del presente trabajo de investigación, y son ellas las que dotan de sentido, a partir de condiciones sociales determinadas, a aquellos elementos que hacen parte de las formas de vestir. Es desde este punto de vista que el vestido es lenguaje no hablado, ya que después de su difusión mediática se instala en un proceso que permite su representación a partir de elementos sociales particulares. De la apropiación del vestido como forma de lenguaje y su utilización por parte de los jóvenes se deriva su importancia como objeto de socialización, pues esto permite la adquisición de características identitarias únicas que posibilitan la adscripción y la diferenciación, en un doble proceso que facilita la identificación de los pares y de los otros en un sentido social y cultural. Es desde este punto que será tomado el vestido como objeto de análisis, desarrollándolo como lenguaje y como componente de la apariencia del individuo en los escenarios de la cotidianidad.

Ya habiendo otorgado consistencia a las formas de vestir en tanto lenguaje –para dar mayor relevancia sociológica a este concepto referencial- se busca llenarles de un contenido social particularmente relacionado con los propósitos de

⁵⁵ BARTHES. Roland. *El sistema de la moda*. Colección Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona 1978.

este trabajo. Por ello es preciso hacer hincapié en los marcos que discriminan lo aceptable de lo no aceptable en los contextos sociales modernos. Históricamente hablando en el siglo XX tales marcos se identificaron -según- Georg Simmel bajo el término *moda*.

La moda aparece como un fenómeno occidental masificado utilizado por los sujetos e insertado en el entramado social como modelo de imitación por parte de quienes la asumen, es decir, aquellos que son partícipes de él en tanto consumidores. La moda como producto de las sociedades occidentales posee una serie de contenidos sociales, los cuales se convierten en el elemento configurador de la actuación de la persona para la adecuación de su apariencia y de los artificios característicos de esta a la hora de insertarse en el entramado social. Este elemento le permite al individuo fusionarse con la colectividad en la que se desenvuelve cotidianamente, dotando a su actuación de una forma específica, bien puede ser como vehículo de imitación de la colectividad o diferenciación de esta. La moda será entendida como el punto de partida más preciso para analizar el vestido y las formas de vestir en un sentido sociológico. Para soportar este enfoque, Simmel afirma: *Las formas sociales, el vestido, los juicios estéticos, en una palabra, todo el estilo por medio del cual se expresa el hombre, se encuentra sometido a una constante mutación por la moda*⁵⁶.

Después de haber proporcionado estos parámetros de acercamiento podemos decir que la moda será vista como un fenómeno social y cultural, que se circunscribe a las sociedades modernas y encuentra su punto de apoyo en las dinámicas de consumo y diferenciación social. Nos centraremos pues en la identificación de los componentes esenciales de la moda en el entramado social y la relación de esta con la construcción de identidades y, particularmente, de identidades juveniles.

En primer lugar, podríamos definir a la moda -con ayuda de Simmel-, como algo directamente relacionado con la diferenciación de clase, debido a que es a partir de la disposición a realizar ciertos consumos por parte de los individuos de

⁵⁶ SIMMEL, Georg. "La moda". En: *Ensayos sociológicos*. Ediciones península. P. 31.

extracción socio-económica elevada, que se configuran algunos elementos del vestido como factores de distinción. Estos factores se convierten en moda y son utilizados como sinónimos de buen gusto y de lo que se debe o no usar. *Las modas son siempre modas de clase, de manera que las modas de la clase alta se diferencian de las de la clase inferior y son abandonadas en el momento en el que esta última empieza a acceder a ellas*⁵⁷.

Estas dinámicas de consumo y distinción propias de la moda, hacen que esta última tenga un carácter variable e inestable, esto en adición a la influencia radical de los medios de comunicación como incentivo del consumo masivo. Definidos ya los elementos sociales de este fenómeno, es preciso plantearse la pregunta: ¿Qué relación puede establecerse entre la moda –y su preponderancia en las formas de vestir- y las identidades juveniles?

Los jóvenes, en tanto grupo social, se hayan intensamente permeados por los medios de comunicación. Esto ha supuesto dos consecuencias: Por una parte el imaginario social vinculado a ellos es el de una franja de la población hondamente dispuesta al consumo. Por otro lado encontramos el ejercicio de un despliegue mediático que se ha encargado de asociar una imagen idealizada de la juventud con la búsqueda de la identidad individual y colectiva.

El joven se representa a sí mismo como el destinatario puro de las modas vigentes, dadas las condiciones sociales a las que pertenezca aquel que tiene la posibilidad de configurar su imagen al ritmo de la variación que los medios dispongan para sí. Es de suponerse que los jóvenes que se consideran a sí mismos destinatarios de las modas impuestas por el mercado son aquellos cuyas condiciones económicas les permiten acceder a ellas. Sin embargo, las modas son también apropiadas por los individuos de baja extracción socioeconómica y determinan la identidad juvenil en tanto se convierten en una especie de simbología universal propia de la juventud. La moda se articula como un objeto de consumo inicialmente apropiado e institucionalizado por las personas de alta extracción socioeconómica,

⁵⁷ *Op Cit.* P. 29.

que se extiende a los jóvenes de las distintas esferas sociales, quienes la hacen suya y la reconstruyen de manera relativa a sus condiciones sociales y culturales.

La identidad juvenil colectiva depende en gran medida de la imitación. La imitación o seguimiento de una moda en particular o de formas de vestir determinadas, permite al individuo adherirse a un grupo, articularse a este y, además, encontrarse representado en una colectividad. Esta imitación concreta el carácter social del individuo dentro de un contexto social fijado que le asegura una actuación adecuada, y le da la posibilidad de articularse como producto social de dicho contexto: *La imitación libera al individuo de la aflicción de tener que elegir y le hace aparecer como un producto del grupo, como un receptáculo de contenidos sociales.*⁵⁸

Siguiendo lo anterior, podríamos afirmar que la moda posee un doble carácter: uno marcado por las prácticas de imitación y otro, simultáneo, definido por la diferenciación individual y social. En este sentido, la moda en tanto fenómeno social, posee dos características esenciales: el ser unidad de cohesión social dentro de un grupo y el ser instrumento de distinción de este respecto de otros. Así mismo, quienes adquieren un modo de vestir específico definen sus actuaciones a través de él, dotándolo de significados únicos y elementos de diferenciación con relación a los demás: *La forma de andar, el tempo, el ritmo de los gestos, son sin duda determinados esencialmente por la vestimenta; individuos ataviados de igual manera se comportan también con relativa uniformidad.*⁵⁹

Las formas de vestir definen de cierta manera la actuación de los sujetos que las portan insertando un alto grado de significado al papel que estos llevan a cabo en el entramado social y se tornan en elemento constitutivo de su puesta en escena tanto para sí mismos como para los demás. Esto implica la existencia de cierta concordancia entre la actuación del individuo y las formas de vestir que este adopta, sustentando coherentemente la presentación de aquel con la indumentaria utilizada.

⁵⁸ *Ibid.* P. 28.

⁵⁹ *Ibid.* P. 33.

En la medida en que ciertas formas de vestir se convierten en moda, estas son percibidas como “apropiadas” y dignas de seguir por el resto del grupo social que las adopta. A este respecto Simmel afirma sobre la constitución de la moda que: “...siempre es sólo una parte del grupo quien la ejerce, mientras que el conjunto se limita a estar en camino hacia ella”⁶⁰. Desde este punto de vista, es posible entender la moda como un dispositivo de dominación por parte de quienes la introducen y de sumisión de quienes la adoptan. La moda es pues, una forma de presentación que permite evidenciar la sumisión de un individuo a lo colectivo, *su acatamiento a las normas que emanan de su época, de su clase, de su círculo más próximo*⁶¹; también permite definirlo como un sujeto social que se encuentra bajo condiciones que rigen su comportamiento y le posibilitan la aceptación social.

Bajo estos parámetros, el individuo que sigue las tendencias de la moda y que se hace participe de ella llevando consigo los símbolos asociados a esta, se configura como sujeto socialmente aceptado dentro del marco social en el que se inserta, confiriendo a sus actuaciones un carácter favorable que le permite articularse y convertirse en modelo de reconocimiento y aprobación por parte de aquellos cuya indumentaria es semejante, a su vez, se convierte en modelo de diferenciación por parte de quienes no comparten su forma de presentación, recorriendo con todo esto un proceso de constitución de identidad individual y colectiva.

Para este punto de la fundamentación teórica del presente trabajo, el camino recorrido permite sustentar la relación que puede establecerse entre las formas de vestir y el proceso de constitución de la identidad. Sin embargo, es útil –por su relevancia en la interpretación de la información obtenida en el trabajo empírico– introducir el papel de las formas de vestir en la identificación de las condiciones sociales y los estilos de vida. Para llevar a cabo este propósito se utilizará el tratamiento teórico realizado por el conocido sociólogo francés Pierre Bourdieu, en torno a la indumentaria como elemento de distinción.

⁶⁰ *Ibid.* P. 35.

⁶¹ *Ibid.* P. 47.

La indumentaria adquiere el carácter de elemento de diferenciación en el momento en el que las distintas clases sociales la adoptan como elemento simbólico de distinción. En este sentido, las formas de vestir se convierten en símbolos de la posición social de los individuos que las usan y manifiestan el estilo de vida y condiciones sociales que les son propias. De esta manera las formas de vestir son tomadas como *instrumentos de la propia presentación, que ponen de manifiesto un estilo de vida particular, las necesidades y las comodidades características de una condición y de una posición.*⁶² Aunque las diferentes clases sociales adoptan formas de vestir determinadas, en las clases sociales superiores o dominantes se encuentra más intrínsecamente definida la necesidad de afirmar cierta apariencia en público, por el contrario, en las clases sociales inferiores se encuentran más bien determinadas por la funcionalidad de las mismas.

No obstante, como ya se ha argumentado anteriormente, la juventud – además de configurar su identidad a partir de condiciones sociales específicas-, se encuentra delimitada por la pertenencia a una generación, lo cual trasciende el poder adquisitivo o la clase. Si bien es válido –como argumenta Bourdieu-, que: *las preferencias del vestir son un espacio social determinado por el volumen y la estructura del capital*⁶³.

Si las clases sociales conceden especial interés a la presentación de sí con base en la indumentaria utilizada; así mismo, los jóvenes encuentran en las formas de vestir un elemento que configura su identidad y –por lo tanto- las conciben como algo fundamental en su presentación como sujetos sociales. El imaginario social de la juventud nos la presenta en virtud de un distanciamiento de las clases sociales dominantes de acuerdo a las formas de vestir que estas utilizan. Cuando el sujeto se encuentra inscrito en la condición de juventud tanto biológica como socialmente, desdeña de una u otra forma aquello que le es impuesto por las clases socialmente dominantes y encuentra especial interés en el carácter cambiante e inestable de la

⁶²BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Alfaguara S.A. Buenos Aires 1999 .P. 397.

⁶³ *Op Cit.* P. 205.

moda y las formas de vestir acogándose consecuentemente a estas de acuerdo a sus condiciones:

...Se viste y se peina cada vez más joven a medida que nos alejamos del polo dominante y cada vez más serio conforme nos acercamos al mismo...Cuanto más joven se es socialmente mayor afinidad se tiene con las nuevas indumentarias⁶⁴.

Así como las formas de vestir se configuran como mecanismos simbólicos de distinción social; la condición juvenil le permite al sujeto que se inscribe en ella configurar una identidad con características específicas. Estas características particulares de distinción se refieren a las manifestaciones de estilos de vida y a la pertenencia a una etapa de la vida definida, que dan a las formas de vestir un sentido y significados propios.

⁶⁴ *Ibíd.* P. 201.

3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Como ya se ha mencionado antes, el propósito de este trabajo es demostrar la forma en la que la moda y el vestido pueden convertirse en vehículos para la materialización de la identidad juvenil de un grupo de estudiantes pertenecientes a una institución de educación superior del sur de Cali. Teniendo claro esto como horizonte, la elección del acercamiento empírico más adecuado es crucial para la obtención de la información necesaria que permita sustentar una relación directa entre formas de vestir e identidad. En vista de lo inadecuados que resultan los instrumentos de orden cuantitativo para determinar una relación como la propuesta y, en vista de la importancia que reviste la obtención de información directamente proporcionada por los sujetos, se ha escogido el método cualitativo como método de acercamiento que mejor sirve al objetivo propuesto.

Podría decirse que la flexibilidad que suponen las entrevistas abiertas no estructuradas, son más adecuadas para la obtención de información en una población no muy numerosa y aleatoriamente seleccionada, además de posibilitar el acercamiento al objeto de estudio teniendo cierto nivel de contacto con los escenarios en los que se desenvuelven los sujetos.

Para la configuración del instrumento más adecuado para la obtención de información empírica, fue necesario examinar en que medida los principios del trabajo de campo (entrevista abierta no estructurada), podían adaptarse tanto a la población estudiada como a las directrices teóricas ya expuestas en la segunda parte.

La estructura de la entrevista relaciona las preguntas efectuadas con la información necesaria para sustentar una relación entre forma de vestir y constitución de la identidad, quedando dispuesta como se describe en el siguiente cuadro:

CUADRO #1

Tipo de pregunta	Sociodemo	#	SUBTEMAS	DESCRIPCIÓN
		1	Información general del entrevistado	Estas cuatro preguntas indagan acerca de la realidad socioeconómica de cada uno de los entrevistados
		2		
		3		
		4		
	5	Identidad	En esta pregunta se intenta indagar acerca el concepto de identidad que manejan los entrevistados	
	6	Concepto de Juventud	Se les pregunta a los entrevistados que entienden por juventud	
	7	Diferencias Generacionales	Esta pregunta busca establecer las diferencias que para los entrevistados hay entre distintas generaciones	
	8	Identidad Juvenil	Que entienden los entrevistados por identidad juvenil.	
	9	Grupos diferenciados	Pertenencia de los entrevistados a grupos diferenciados	
10	Grupos diferenciados	Percepción de los entrevistados con relación a grupos		

			diferenciados	
		11	Grupos diferenciados	Percepción de grupos diferenciados por parte de los entrevistados en el espacio universitario
		12	Elementos de diferenciación	Indaga acerca de los elementos de diferenciación que encuentran los entrevistados en la juventud
		13	Elementos de diferenciación	Importancia de dichos elementos de diferenciación en la constitución de identidades juveniles
Preguntas exploratorias construidas a		14	Identidad y formas de vestir	Indaga acerca del papel de las prendas de vestir en la constitución de una identidad particular
		15	Identidad y formas de vestir	Relación entre las variables identidad y formas de vestir
		16	Adquisición de la indumentaria	Indaga el proceso de adquisición de indumentaria
		17	Formas de vestir y escenarios	Relación entre las formas de vestir y la presentación en escenarios sociales.

		18	Formas de vestir y escenarios	Importancia que se le da a las prendas de vestir en escenarios sociales
		19	Formas de vestir y medios de comunicación	Influencia de los medios de comunicación en la escogencia y uso de las prendas de vestir por parte de los jóvenes entrevistados
		20	Las formas de vestir en el espacio universitario	Percepción de los entrevistados acerca del papel de las prendas de vestir en el ámbito universitario.

Como se ha mencionado con antelación, el problema de investigación del presente estudio gira en torno a las formas de vestir como elemento significativo en la construcción de identidades juveniles. Para este propósito, se seleccionaron aleatoriamente quince estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, en amparo de lo planteado por Irving Goffman en cuanto a la presentación de los sujetos en contextos sociales determinados. Esto permite afianzar la relación entre la socialización en distintos escenarios y la constitución de la identidad de acuerdo a la presentación del sujeto en los mismos.

3.1 UBICACIÓN DEL ESPACIO SOCIAL PREDOMINANTE

Se tomo como punto de partida la condición social de los sujetos, es decir el ser estudiantes de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Esta es una de las universidades más reconocidas de la ciudad de Cali y se encuentra ubicada y se encuentra ubicada en un sector de la ciudad de gran valorización, como es el sector de Ciudad Jardín, el cual pertenece al más alto nivel de estratificación de la ciudad (estrato 6).

La escogencia de esta universidad como espacio de socialización principal de los sujetos partícipes del estudio, está justificado en el papel preponderante que para ciertos sociólogos, como Georg Simmel, que desempeñan las capas sociales altas en la determinación de las tendencias dominantes en la moda, tal como se afirma en la segunda parte del presente trabajo. Otra razón para la escogencia de la Universidad Javeriana, es la ausencia de programas de acceso a su educación para personas de bajos recursos a través de créditos y financiación. A diferencia de otras instituciones de educación superior como la Universidad del Valle, de carácter público, y universidades privadas como la Universidad Autónoma de Occidente o la Universidad ICESI –ambas de carácter privado-, la Universidad Javeriana parece estar específicamente enfocada a estudiantes cuyas familias posean un capital acumulado suficiente para asumir sus altos costos de matrícula tanto de pregrado como de postgrado⁶⁵. La extracción socioeconómica de la que más probablemente provienen los estudiantes de esta última institución, supone también la posibilidad de acceso a ciertos bienes o elementos de consumo que inciden de manera directa en la constitución de identidad de los entrevistados respecto a este contexto. Los bienes de consumo y, en particular, las prendas de vestir influyen significativamente en la constitución de la identidad juvenil de los sujetos estudiados, pues configuran y determinan la presentación de estos en distintos escenarios. A partir de las características del espacio social anteriormente mencionadas se localizó a sujetos que fueran partícipes de las características socioeconómicas consideradas, y que, por tanto, no enfrentasen limitaciones económicas en el momento de tomar decisiones respecto a los elementos que conforman su forma de vestir.

Teniendo en cuenta la amplitud del mercado de las prendas de vestir, en el que tienen lugar diferentes dinámicas de apropiación y representación relacionadas con las posibilidades económicas del consumidor; del mismo modo la ubicación sociodemográfica de la Pontificia Universidad Javeriana (en adelante PUJ), posee una serie de características particulares –también de apropiación y representación-

⁶⁵ El valor semestral de la matrícula para carreras de pregrado en la PUJ va de \$2423000 a \$4135000.

vinculadas a la cercanía de la institución con centros comerciales y sitios de diversión diseñados específicamente para los estudiantes y habitantes del sector. En referencia a esto, sitios aledaños a la PUJ como el “Centro Comercial Cañasgordas”, que cuenta con una plazoleta de comida internacional y “El Despenque”, son buenos ejemplos del tipo de consumo propuesto para este entorno social, fuertemente marcado por la disposición amplia de medios económicos para la realización de actividades de esparcimiento extraacadémicas. La referencia eventual a estos espacios es necesaria pues tiene el objetivo de precisar como alrededor de este centro de educación superior se han configurado espacios de socialización que permiten la constitución de identidades a partir de la presentación de los sujetos en los mismos.

Las formas de vestir aparecen como elemento de presentación en los espacios de socialización intra y extrauniversitarios de manera influyente, tanto así que es crucial para elaborar siquiera una descripción de estos últimos. Si bien la hipótesis de trabajo de la investigación es la formación de identidades juveniles a partir de las primeras, es indispensable la consideración del papel de los espacios en dicha relación. Con respecto al espacio social universitario de la PUJ, cabe añadir que este cuenta con zonas de esparcimiento independiente de las aulas de clase que permiten a los estudiantes construir procesos de socialización diferentes a los programas de estudio y de las edades a las que pertenecen. En este sentido la PUJ cuenta con instalaciones deportivas de primera línea, varios tipos de cafetería (convencional, vegetariana, gourmet), locales de comidas especializadas, librería universitaria, cine café y un parque cuyo lago permite a los estudiantes la realización de distintas actividades con previo consentimiento de la administración universitaria. Además de esto, la PUJ cuenta con salas de sistemas dotadas con equipos de última tecnología y cómodas instalaciones, un auditorio multifuncional para 500 personas y una gran capilla, que resalta el carácter jesuita de la institución.

La PUJ cuenta con un espacio bastante amplio asignado a la zona de parqueaderos visible desde las afueras de la universidad, esto demuestra que un gran número de integrantes de la comunidad universitaria –por disposición espacial, en su mayoría estudiantes- , cuentan con vehículo particular para su desplazamiento. Este

es otro de los elementos que permiten evidenciar la suficiencia económica del estudiantado.

Al presentar un panorama general de la estructura de la edificación de La Pontificia Universidad Javeriana se puede observar que aunque es una institución que fue fundada en la ciudad de Cali en 1970, su estructura es altamente moderna y los distintos espacios que ofrece se encuentran en muy buen estado como son los pasillos, las aulas de clase, las zonas verdes, las instalaciones sanitarias y demás sitios anteriormente mencionados.

Es importante también mencionar el hecho de que la mayoría de las actividades extracurriculares que se realizan dentro de la Universidad se encuentran altamente reguladas por la dirección universitaria y no dependen sólo de la iniciativa de los estudiantes que deseen realizarlas, ya que deben pasar por un comité organizador que determina si se pueden llevar a cabo o no, teniendo en cuenta una serie de mecanismos que deben ser conocidos ampliamente para obtener el aval de la institución.

Esta condición implica a su vez un nivel de organización que hace que las actividades extracurriculares no sean abundantes y, por lo tanto, los espacios de socialización que allí se encuentran son más bien fijos y obedecen a dinámicas que tienen que ver muchas veces con el ámbito académico. Es muy común apreciar que los jóvenes prefieren construir ellos mismos espacios de socialización espontáneos, que no estén mediados ni condicionados por las directivas de la universidad.

3.2 LOS SUJETOS DE ESTUDIO

Ya sustentadas las características que hacen de la PUJ el espacio de socialización más adecuado para la ubicación de los sujetos de estudio se proseguirá, entonces, con la descripción de la población seleccionada. Los requisitos básicos tenidos en cuenta para la escogencia de los mismos son transversales a la fundamentación teórica suministrada anteriormente:

1. Encontrarse matriculados como estudiantes regulares en alguno de los programas de pregrado de la PUJ.

2. Encontrarse en el rango de edad de 18 a 24 años, distribuidos finalmente de la siguiente forma:

CUADRO N° 2

#	Edad
de	
entrevistados	
2	18
2	19
2	20
5	21
2	22
2	23
1	24

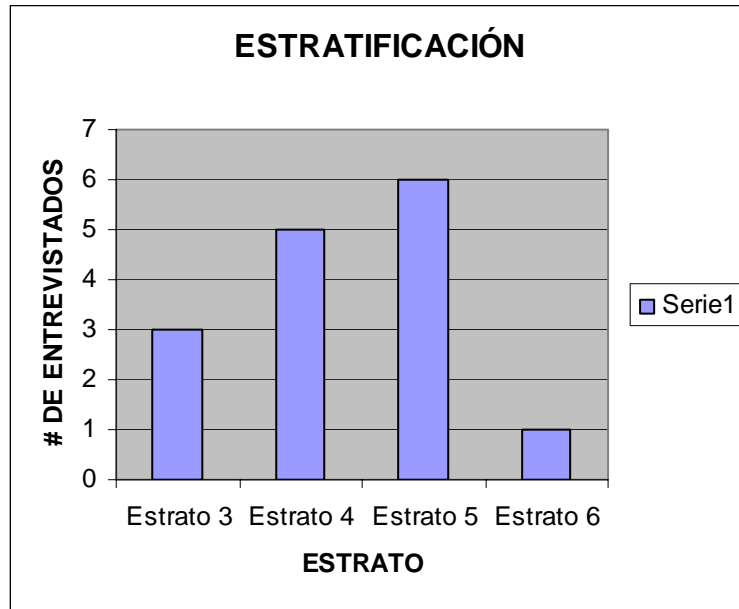
3. La paridad de género. El número de hombres y mujeres escogidos fue más o menos igual: siete hombres y ocho mujeres. Esto se hizo con el fin de contar con referente comparativo que permitiese hallar diferencias y similitudes sustanciales respecto al problema de investigación inicialmente planteado.

La escogencia de los jóvenes entrevistados fue aleatoria y la proporción de los mismos no obedece, en sentido estricto, a algún tipo de generalización efectuada sobre la comunidad estudiantil de la PUJ. Los entrevistados pertenecen a diversas carreras y se encontraban en distintos semestres de pregrado de la universidad para la fecha de realización del trabajo empírico. De acuerdo a esto, el trabajo empírico se configura como quince estudios de casos, fundamentados en el acercamiento a lo que los quince jóvenes escogidos y entrevistados establecieron con respecto a las formas de vestir como elemento de presentación en los diferentes escenarios que cotidianamente frecuentan. Sobre esta base se apoya también la observación de similitudes y diferencias relativas al género.

En cuanto a la condición socioeconómica de los entrevistados, estos se ubicaron entre los estratos tres y seis de la escala de diferenciación socioeconómica

utilizada en la ciudad de Cali. El siguiente cuadro muestra la distribución de los estudiantes con relación a su pertenencia a los estratos mencionados:

CUADRO N° 3

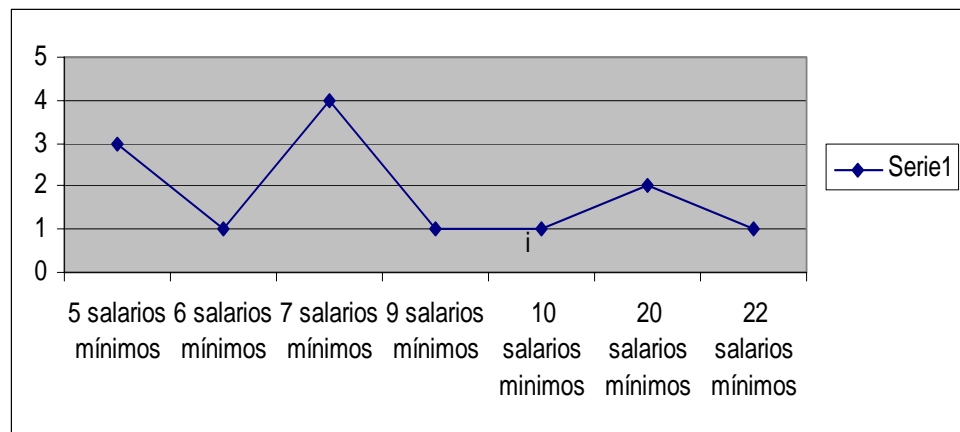


Con el fin de ofrecer un panorama amplio acerca de la condición socioeconómica de los jóvenes tomados como sujetos de estudio, en los siguientes cuadros se especifica el nivel de ingresos familiares de cada uno de ellos:

CUADRO N° 4

ENTREVISTADO	INGRESO MENSUAL FAMILIAR
1	20 salarios mínimos
2	6 salarios mínimos
3	7 salarios mínimos
4	N/S – N/R
5	10 salarios mínimos
6	5 salarios mínimos
7	5 salarios mínimos
8	5 salarios mínimos
9	9 salarios mínimos
10	20 salarios mínimos
11	7 salarios mínimos
12	7 salarios mínimos.
13	22 salarios mínimos
14	7 salarios mínimos
15	N/S – N/R

CUADRO N° 5



De acuerdo a esta información se pudo determinar que los estudiantes escogidos para la realización de este trabajo de investigación poseen una serie de características socioeconómicas que les permiten acceder a ciertos objetos de consumo que inciden directamente en su presentación en los escenarios que les son cotidianos, elementos que -como ya se ha afirmado y se pretende demostrar- son importantes en la constitución de identidades juveniles. La diversidad de edades, carreras y estratificación de los sujetos escogidos, dieron como resultado el grado de heterogeneidad necesario para apreciar distintos puntos de vista respecto a los temas propuestos siendo en algunos casos homogénea solo la condición de estudiantes de la PUJ.

Así, los jóvenes entrevistados pertenecen a distintos niveles de la escala de estratificación socioeconómica de la ciudad y dieron a conocer sus percepciones personales acerca del tema propuesto de acuerdo a las condiciones sociales a las que pertenece cada uno de ellos siendo el punto de convergencia la pertenencia al espacio social predominante, es decir la PUJ.

De este modo las apreciaciones y opiniones de cada uno de los jóvenes entrevistados plantean diversas opiniones que evidencian su experiencia personal acerca de la relación entre formas de vestir y conformación de identidades juveniles.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo empírico tiene su pilar en un serie de entrevistas que se llevaron a cabo teniendo en cuenta los tres ejes teóricos cuya vinculación se pretendió investigar: los jóvenes, las formas de vestir y la forma en la que estas últimas influyen en la construcción de una identidad basada en la presentación de los sujetos en los diversos espacios que frecuentan. Como ya se mencionó en la primera subsección de este, la entrevista abierta de tipo no estructurado, fue el instrumento predominante para la obtención de información en esta investigación.

Las entrevistas se realizaron en la PUJ, lo que permitió establecer una serie de contactos con otros estudiantes, observar dinámicas de agrupación en los

espacios de esparcimiento de la misma, sean de concurrencia exclusiva o no de estudiantes de la PUJ.

Para el desarrollo del trabajo de campo se buscó, en primera instancia, la realización de los contactos vía telefónica con el objetivo de efectuar las entrevistas; en segundo lugar se establecieron citas en la universidad en horarios que los mismos jóvenes proponían. Esta particularidad brindó la posibilidad de observar las dinámicas de socialización y agrupación que se dan en el ámbito universitario respecto a sus pares y la comunidad universitaria en general. Esto dio como resultado, además de respuestas puntuales a los interrogantes propuestos, la oportunidad de concertar visitas a lugares –distintos a la PUJ- en los que se pudiese desarrollar un ejercicio de observación de las alternativas de diversión que encontraban los jóvenes por fuera de la universidad.

Las entrevistas se ejecutaron individualmente y debido a que se plantearon preguntas abiertas, esto permitió el hacer un poco más extenso el desarrollo de la mayoría. Si bien el formato de las entrevistas fue diseñado para ser aplicado en quince minutos, algunas de ellas se extendieron alrededor de cuarenta y cinco minutos, obteniendo así un resultado mucho más completo debido a la extensión de las respuestas. Las entrevistas se llevaron a cabo en las cafeterías universitarias, como también en plazoletas y zonas de socialización que los jóvenes frecuentan diariamente. Teniendo esto como base fueron los mismos entrevistados quienes divulgaron elementos fundamentales de las dinámicas de agrupación y socialización.

Al momento de acordar el lugar y hora de encuentro para la ejecución de las entrevistas se hizo previamente una síntesis del objetivo de las mismas, con el fin de familiarizarlos con los temas sobre los cuales se pretendía indagar. Cabe resaltar que la disposición a cooperar con el estudio fue favorable, a pesar de la ausencia de algún lazo amistoso y de cualquier conocimiento respecto a las pretensiones del mismo. Esto último también facilitó la concertación del acompañamiento a espacios extrauniversitarios que permitiesen una observación consecuente con los objetivos propuestos.

En algunas de las entrevistas se pudo notar cierta posición crítica por parte de los entrevistados pertenecientes a carreras como psicología y comunicación social respecto al tema de la utilización de las prendas de vestir como mecanismo de diferenciación social, aunque enfatizan que no son ajenos a este fenómeno y encuentran en estas últimas una manera de representarse así mismos como jóvenes.

Algunos de los jóvenes manifestaron tener una percepción favorable respecto al presente trabajo, puntualizando en su alusión a las dinámicas de jerarquización y distinción social que se presentan en el ámbito universitario. Estos últimos fenómenos se encuentran íntimamente relacionados con el uso y la apropiación de ciertas prendas de vestir y, sobre todo, con la importancia que la mayoría de los estudiantes conceden a estos elementos en espacios como la PUJ y otras universidades privadas. Así, se encontró que los jóvenes perciben en mayor o menor medida las dinámicas asociadas a la apropiación de objetos de consumo como elementos de diferenciación, asimilándolos en su carácter materializador de condiciones sociales y culturales y en el carácter identitario que confieren a su portador.

A partir de las respuestas proporcionadas fue posible contextualizar diversas lógicas referentes a la adquisición de prendas de vestir por parte de los entrevistados. Después de la aplicación de este instrumento (entrevista abierta no estructurada), se visitaron algunos de los sitios mencionados por los sujetos en los cuales estos adquieren sus prendas de vestir, también se buscó información referente a precios y características conducentes a esclarecer las cualidades que pueden poseer estas prendas para los jóvenes.

En la ejecución del trabajo de campo, el papel del investigador resultó crucial para la obtención de la información. Respecto a esto último se pudo notar que algunas de las características de la entrevistadora (edad, estatus de estudiante), crearon entre esta y los entrevistados un cierto nivel de empatía, lo que dio como resultado algunas situaciones relevantes que vale la pena mencionar. Por un lado se creó entre algunos de los entrevistados y la investigadora un cierto nivel de confianza en el momento de la realización de la entrevista, esto pudo influir en las respuestas

de los entrevistados que además de responder a las preguntas puntualmente crearon un dialogo abierto sobre el tema de investigación e influyó de manera determinante en la obtención de la información.

Podría decirse que el contexto en el que se realizaron las entrevistas –la PUJ- condujeron a muchas de las respuestas que dieron los entrevistados respecto a el papel de las formas de vestir como factor de diferenciación social en tanto este fenómeno es muy notorio en el espacio universitario y por lo tanto el especial énfasis que los entrevistados dieron a este puede indicar cierta percepción visual de los entrevistados en el momento de la realización de las entrevistas.

Para terminar, todas estas situaciones dieron como resultado un trabajo de campo que condujo en mayor o menor medida a la obtención de la información necesaria para el desarrollo del trabajo de investigación y a la dilucidación de la influencia de las formas de vestir en la construcción de juveniles.

4. LAS FORMAS DE VESTIR COMO MATERIALIZACIÓN DE LA IDENTIDAD JUVENIL A PARTIR DE LA PRESENTACIÓN EN DISTINTOS ESCENARIOS

El propósito básico de este trabajo de investigación ha sido el de demostrar la existencia de un nexo fundamental entre la utilización de las prendas de vestir en determinados escenarios y el proceso de constitución de la identidad juvenil. Para soportar dicha hipótesis de trabajo se ha recorrido hasta aquí un camino que ha supuesto dos tramos básicos: uno teórico, de fundamentación y uno empírico que evidencia las premisas planteadas en las secciones primera y segunda a través de la observación y entrevistas de quince estudiantes de la PUJ. En la presente sección se procederá a elaborar una integración de la información obtenida en el trabajo de campo -cuya metodología y estructura fueron ya descritas- a través de un análisis cuya guía fundamental serán los elementos teóricos contenidos en las primeras dos partes. De esta manera, pues, se discriminarán dos componentes o subsecciones que facilitarán la elucidación del propósito arriba mencionado: percepciones acerca de la juventud y las formas de vestir como elemento constitutivo de la identidad juvenil a través de la presentación de los sujetos en los escenarios de la cotidianidad.

4.1. PERCEPCIONES ACERCA DE LA JUVENTUD Y LA IDENTIDAD JUVENIL

A partir de las diversas apreciaciones dadas por los jóvenes entrevistados respecto al tema de la juventud y la identidad juvenil, la cual -se propone- es materializada a partir de la presentación de estos en diversos escenarios, se recogieron una serie de percepciones que permitieron crear un compilado de las mismas, teniendo como base lo planteado en la primera parte. Basándose en esto último, se puede afirmar que la identidad juvenil de los entrevistados se configura a partir de la aparición y presentación de estos en diversos escenarios -en este caso, el ámbito universitario y extrauniversitario- mediada por las condiciones sociales que hasta cierto punto, se encuentran delimitadas por los padres o el grupo familiar al que

pertenecen los jóvenes. Estas condiciones determinan la posibilidad de acceso a consumos de importancia simbólica que manifiestan un estilo de vida diferenciado y una determinada identidad.

Las identidades juveniles se encuentran delimitadas por marcos sociales de referencia que el joven reconstruye a lo largo de su trayectoria vital, con variables específicas (género, generación, extracción socioeconómica) a las cuales dota de sentido, construyendo a partir de ellas una imagen y una identidad que exteriorizan la forma en la que vive y concreta su condición de joven. Las características identitarias construidas por los jóvenes son moldeadas y reconstruidas en correspondencia con la edad como también con la elección de los códigos que manifiestan dicha identidad: utilización y preferencia de prendas de vestir, el tipo de música que se escucha y las actividades que se realizan en el tiempo libre.

No obstante, no son estos los únicos componentes atribuibles a la condición juvenil, pues el ser joven se especifica -para los entrevistados- como una etapa de la vida en la que se vivencian experiencias únicas que la definen. La condición juvenil se configura para ellos a partir de la vivencia de experiencias novedosas que influyen en la forma de pensar y de actuar, definiendo un tipo de actitud que se considera propia del mundo juvenil. Esta actitud es evidenciada en el comportamiento de los jóvenes, en su forma de vestir, de hablar y en los gustos adquiridos en esta etapa, así como en la particular cosmovisión que todo esto encierra. Respecto a ello afirman:

“Los criterios para ser joven están dados por la edad, el tipo de gustos o de actividades que a uno le guste hacer o sea, eso separa las generaciones. Entonces en el tipo de generación de los jóvenes de ahora se puede decir que los identifica determinado tipo de actividades o de música o cosas así.”⁶⁶

⁶⁶ Entrevista con Alejandra, 21 años. (Octubre del 2006)

“Me defino como joven por la forma de vestir, por la forma de hablar, por la música que también escucho, por los comportamientos que tengo, por los lugares que visito”⁶⁷

“Los criterios que me definen como joven son el comportamiento, la forma de pensar, de actuar pues frente a las situaciones, un poco más relajado, más fresco, sin tanta preocupación, de pronto también que uno tiene ganas de hacer de todo siempre, uno mantiene con ganas de hacer de todo, le gusta todo, todo le parece, mejor dicho el criterio más importante para definirse como joven es la actitud y la disposición a cualquier cosa”⁶⁸.

La condición juvenil se encuentra signada – según los jóvenes entrevistados- por la adopción de actitudes que se manifiestan en la forma de percibir el mundo, diferentes de aquellas con las que ellos caracterizan a otras generaciones; estas actitudes se incorporan a la cotidianidad y, por tanto, a los contextos y espacios sociales más próximos desde el momento mismo en el que los jóvenes se adhieren a formas de actuar estipuladas por el grupo social al que pertenecen o aspiran pertenecer. Así, vemos que elementos como el comportamiento, las formas de hablar, la preferencia por ciertos objetos de consumo (vestuario, música, etcétera) y la forma de abordar las situaciones del diario vivir hacen parte del proceso de adscripción al mundo juvenil. Siguiendo lo anterior, es posible afirmar que las características de la juventud se concretan en dichos marcos de referencia (contextos y espacios sociales), los cuales delimitan las identidades juveniles en relación con el modo en el que se abordan las diferentes actividades realizadas en la cotidianidad. Así, afirman:

“Uno como joven se caracteriza por ser despreocupado, por vivir el momento, pues muchas veces uno no piensa en el futuro, pues más o menos uno siempre vive es el presente, o sea la importancia de los amigos que forman parte de la vida de uno.”⁶⁹

⁶⁷ Entrevista con Natalia, 19 años. (Noviembre del 2006)

⁶⁸ Entrevista con Gustavo, 21 años. (Octubre del 2006)

⁶⁹ Entrevista con Ana Milena, 20 años. (Septiembre del 2006)

“(...) la edad es una característica importante, lógico y no sé, las circunstancias en las que estás, pues uno todavía depende de los papás, uno todavía está estudiando, todavía no tiene una responsabilidad y se supone que todavía tiene el ánimo. También la manera de ver el mundo, todavía se es como más inocente, no se es tan complicado y físicamente, pues físicamente uno está bien, no sé, no se tienen achaques y no se queja de esto, de lo otro...”⁷⁰

“Lo jovial está como en la actitud de ser una persona de que sí cometes un error te podés parar ahí mismo con esa actitud, que siempre es como con el ánimo, con bastante ánimo eso es lo que definiría como una persona joven...El ánimo es lo que caracteriza al joven, o sea una persona animada que está en continua actividad.”⁷¹

Basándonos en lo arriba expuesto, es lícito afirmar que la manera en la que los jóvenes se presentan, así como su autopercepción es el resultado de la adopción de características que se inscriben en la condición juvenil, las cuales se remiten a la manera particular que ellos como jóvenes afrontan la realidad en la que se desenvuelven. Esta realidad es asumida despreocupadamente, haciendo especial énfasis en el nivel de entusiasmo y energía involucrado en las actividades realizadas. También –afirmaron estos-, consideran que lo juvenil se relaciona con la realización de múltiples actividades, lo que le confiere dinamismo y movimiento a las rutinas y estilos de vida de los entrevistados.

En estrecho vínculo con lo dicho, resulta conveniente hacer alusión a los aspectos de diferenciación etaria señalados por los jóvenes, pues todos los entrevistados exhibieron un constante contraste entre la juventud y la edad adulta. A continuación se presentará la información que desde el trabajo empírico puede llenar de contenido esta diferenciación.

El espacio universitario y las condiciones sociales de los jóvenes, son los que especifican los códigos simbólicos que definen su identidad juvenil, a partir de la puesta en escena y es a través de la interacción con sus iguales en donde se

⁷⁰ Entrevista con Diana, 20 años. (Septiembre del 2006)

⁷¹ Entrevista con Hernán 23 años (septiembre del 2006).

evidencia la interiorización de dichos códigos. Por tanto, la presentación y la aparición ante los otros, con comportamientos y conductas propios de la juventud se visibilizan en el plano de lo corporal (lenguaje, vestimenta, gestos, gustos) y es en este plano donde se materializan las identidades juveniles. No obstante, estos códigos y comportamientos también encuentran variaciones dentro de la juventud. Estas se remiten a la constitución de grupos juveniles que se diferencian unos de otros en la medida en que se hacen apropiaciones delimitadas de gustos específicos. La utilización del tiempo libre como espacio de socialización hace manifiestas dichas diferenciaciones en la medida en que -si bien- el espacio universitario ofrece escenarios de interacción continua es en el disfrute con grupos de pares en donde se fortalecen las diversas formas de ser joven y se manifiestan distintas identidades juveniles.

De acuerdo con ello, aparecen diferencias sustanciales de la utilización del tiempo libre respecto a factores sociales y biológicos como el nivel de independencia social del joven, el género, etcétera; los cuales definen la configuración de diversas identidades juveniles y enmarcan al joven en grupos sociales diferenciados.

Actividades como ver televisión y escuchar música son preferidas por los jóvenes de 20 años y menos, esto permite afirmar que las identidades juveniles se configuran de modos distintos dependiendo de la edad a la que se pertenece. Así, los jóvenes que superan los 20 años realizan actividades en las que interactúan frecuentemente con grupos de pares como: salir a comer, a rumbar, etc. Por el contrario, los jóvenes menores de 20 años prefieren las actividades que se realizan dentro del hogar, ya que estas se remiten a la constitución de su identidad a partir de modelos propuestos por la televisión o con base en la música que se escucha, que, en el campo de la juventud entran a jugar un papel importante en la inscripción a grupos juveniles específicos y por tanto se relaciona como agente generador de identidad juvenil.

La utilización que el joven hace del tiempo libre, fuera de los horarios universitarios y de las obligaciones académicas que son las que condicionan gran

parte de la vida de este, son escogidas dependiendo del nivel de identidad social y la seguridad que se tenga con relación a la interacción en diversos escenarios, lo que le permite desenvolverse de acuerdo al rol que le sea necesario adoptar en ciertos momentos, a la vez se construye un cierto nivel de apropiación de dichos escenarios, el cual se adquiere a través del tiempo y a partir de ella se abren escenarios más amplios para vivenciar y definir su condición de juventud.

En este mismo sentido, las actividades realizadas en el tiempo libre por lo jóvenes, se convierten en manifestaciones de estilos de vida diferenciados, que permiten evidenciar múltiples formas de vivenciar la juventud. Así, la forma en que vivencian su condición los jóvenes de 20 años y menos, junto con los estilos de vida que las materializan, marcan pautas diferentes en contraposición a aquellos jóvenes que se encuentran en edades por encima de los 20 años y que a su vez se encuentran más próximos a dejar la generación juvenil de la que se consideran pertenecientes.

Las preferencias musicales son un factor de diferenciación para los jóvenes en tanto estas preferencias son materializadas a través de dinámicas y comportamientos que implican el consumo de objetos que simbolizan la preferencia particular de códigos específicos que se remiten al gusto por un género musical.

Considerando esta afirmación, se indagó sobre la posible adscripción a grupos diferenciados dentro de la juventud y solo tres respondieron afirmativamente a esta pregunta, mencionando la práctica de un deporte específico, el *waterpolo*, como actividad que puede considerarse una expresión de diferenciación dentro de la condición juvenil. La práctica de deportes como el *waterpolo* (3 jóvenes lo mencionaron como actividad física realizada en su tiempo libre) es una actividad que se lleva a cabo en grupo y especialmente con los amigos que se construyen a partir del entrenamiento del deporte, así como el joven que mencionó jugar football con otros jóvenes del sector en el que vive y, en algunas ocasiones, con sus compañeros de universidad.

La práctica de un deporte parece proporcionar la apropiación de códigos diferenciados, ya que esta requiere la adopción de formas de vestir que se adecuen a ella. El hecho de dedicarle un espacio de tiempo determinado a una actividad de este

tipo, requiere dejar de lado otras actividades y por otro, sumergirse en las dinámicas propias que se ejecuten dentro del grupo:

“ Hay diferencias entre grupos dentro de los jóvenes, en que por ejemplo cuando vos perteneces a un grupo sea deportivo, religioso, etc, se tienen como unas bases, unas ideologías, que todos buscan de manera diferente pero buscan la misma ideología, entonces estoy por ejemplo un grupo, mi grupo de Waterpolo, entonces vamos a hacer el asado, vamos a ir a rumbear, entonces va a ser un grupo diferente que a un grupo religioso que se va a reunir por ejemplo a tratar temas bíblicos... no se, cada grupo se reúne y habla de temas diferentes ”⁷².

En adición a esta percepción, los jóvenes hicieron alusión a las prácticas diferenciadoras que ellos perciben en la juventud, sobre todo en el espacio universitario, es decir, dentro de la PUJ, espacio en que pasan la mayor parte del tiempo. Uno de los factores que mencionaron en el momento de describir apreciaciones de distintos grupos juveniles es la que obedece a la preferencia de algunos jóvenes por géneros musicales particulares. Como por ejemplo:

“ La música es un factor de diferenciación...sobre todo en universidades como esta, que es muy marcado ese tipo de diferencias...pues por decir algo, los que les gusta determinado tipo de música o los que son alternos que les gusta más el rocksito...en este tipo de ambiente se pueden diferenciar estas cosas, sobre todo por la formas de vestir... ”⁷³

“Las diferencias están dadas mucho por los gustos musicales, de pronto se marca mucho en el estilo de música, si se pueden notar las diferencias, por ejemplo: la gente que escucha rock, se viste mucho de negro, en los peinados y todo eso”⁷⁴.

Los entrevistados argumentan que las diferencias percibidas con relación a otros jóvenes a partir de preferencias musicales particulares, se manifiestan a través

⁷²Entrevista con Hernán, 23 años (septiembre del 2006).

⁷³ Entrevista con Alejandra 20 años (octubre del 2006)

⁷⁴ Entrevista con Oscar 24 años (Noviembre del 2006).

de las formas de vestir utilizadas por jóvenes que se inscriben en lógicas identitarias y diferenciadoras, las cuales materializan estilos de vida singulares, a partir de preferencias y gustos musicales que se definen por el uso de prendas de vestir particulares, a través de las cuales se busca exteriorizar y hacer notorias sus predilecciones. Estas diferenciaciones también son percibidas por ellos en las actividades realizadas, por los sitios frecuentados y por los puntos de reunión de la universidad, en los que es posible ver a los jóvenes presentados con indumentarias similares:

“(...)aquí en la Javeriana se puede definir claramente un grupo, el Man con el gel, con el pelo parado, que se sienta en determinada zona de la Universidad, uno dice este man es pirobo, o esta pues la peladita con la mochila y con la cadenita, pues esta niña es más alternativa, muy posiblemente se ubica más que todo en el café, más alrededor del lago. Entonces hay grupos que uno define, que uno dice pues este man tiene que ser así y uno los ve andando con los mismos y se sientan siempre en el mismo lugar, entonces uno los define, uno los identifica, los diferencia la manera de vestir, la manera como hablan, como se expresan, las actividades que hacen extracurriculares aparte de la Universidad, los lugares donde van, por ejemplo son muy diferentes el tipo de música que les gusta ”⁷⁵.

La pertenencia a un grupo diferenciado dentro de la Universidad, se presenta a partir de la necesidad de apropiarse de un lugar particular dentro del espacio social amplio, el cual se convierte en el sitio de encuentro y socialización de los jóvenes pertenecientes a un grupo diferenciado. Así, se presenta como “distinto”, utilizando múltiples artificios que facilitan la identificación con el grupo al que pertenecen y la diferenciación gradual de la colectividad.

Los comentarios recogidos en las observaciones son el reflejo de que este fenómeno se hace cada vez más notorio en universidades privadas como la PUJ, en la que se evidencia el surgimiento y configuración de grupos juveniles diferenciados

⁷⁵ Entrevista con Álvaro, 20 años (Diciembre del 2006).

que constituyen su identidad a partir de la adopción de indumentarias y comportamientos que les otorgan singularidad.

Los jóvenes entrevistados asumen como diferentes a grupos juveniles minoritarios que se perciben visualmente en el espacio universitario, los cuales poseen características particulares que los distinguen de la mayoría de los estudiantes. Estas diferencias se hacen visibles en la forma de vestir, en el lenguaje corporal, en los sitios en donde se ubican en el espacio universitario. El hecho de ser grupos juveniles minoritarios hacen que sean catalogados como “distintos” por parte de los entrevistados que ven en ellos una cierta contraposición a la manera como ellos se presentan así mismos en el espacio universitario.

Así, las formas de vestir son tomadas por los entrevistados como elemento de diferenciación, en tanto los sujetos portadores de cierta indumentaria hacen uso de esta para presentarse ante otros y, dentro de esta lógica, se torna en la materialización de lo que los jóvenes quieren dar a conocer de sí y de las condiciones que los inscriben en contextos sociales específicos. Las formas de vestir adoptadas por los jóvenes se configuran como un lenguaje no hablado, ya que dan cuenta del contexto social del joven, posibilitando su reconocimiento e inserción en espacios sociales específicos, sin que esto implique necesariamente un alto nivel de socialización, lo cual es reafirmado a través de la indumentaria.

“La forma de vestir la utiliza mucho la gente como para ellos mismos diferenciarse o sea es una forma de decir que son ellos sin tener que hablar, una forma de decir mi personalidad es esto, me puede gustar este tipo de música. Es como una forma en que la gente se expresa como es”⁷⁶.

“(…) Depende de cómo tu te vistas defines tus gustos, parte de tus gustos, si te vistes muy parecido a la moda diría yo que sigues el tumulto, si te vistes diferente obviamente se identifica que te vistes como tu quieres”⁷⁷.

⁷⁶ Entrevista con Alejandra, 20 años (octubre del 2006).

⁷⁷ Entrevista con Samuel, 19 años (Noviembre del 2006).

Las formas de vestir, hacen referencia a lo que se quiere expresar sin llevar a cabo necesariamente una profunda interacción social. La indumentaria es algo que se utiliza para simbolizar preferencias y comportamientos, así como la posible pertenencia a grupos sociales diferenciados, preferencias musicales y actividades asociadas a la indumentaria utilizada, cuya base son las condiciones sociales de los jóvenes. De este modo la indumentaria es un elemento diferenciador para los jóvenes.

Los significados que dan los jóvenes a las formas de vestir son los que finalmente configuran la presentación de estos como sujetos adscritos a la condición juvenil. La manera en la que se utiliza la indumentaria como vehículo de presentación ante otros, se convierte en un rasgo distintivo que los enmarca como pertenecientes a una generación. Hay diferenciaciones de la condición juvenil misma y por esta razón aquí nos referimos a múltiples identidades juveniles en contraposición a la idea de una identidad juvenil única, lo cual es notorio a lo largo de las opiniones recogidas en el trabajo de campo, cuya constante es la constitución de una identidad juvenil personal.

Ahora bien, recogiendo lo precedente, puede decirse que queda manifestado ya el carácter modal del proceso de constitución personal de una identidad juvenil. Una de las variables importantes cuyo papel ya se sugirió en el primer capítulo, es la generacional; con esto se quiere decir que la constitución de una identidad juvenil personal depende –al menos en parte- de cierta oposición sugerida a través de la disyuntiva Mundo Juvenil versus Mundo Adulto. En concreto, cuando se les preguntó a los entrevistados acerca de las diferencias que encontraban entre un joven y una persona de otra edad, todos asumieron como esa otra edad la edad adulta, principalmente debido a las profundas diferencias que encuentran entre el mundo juvenil y el mundo adulto. Estas dos etapas son percibidas como opuestas y es este carácter lo que define el contenido de cada una de ellas. Bajo estos parámetros los jóvenes señalaron:

“Una persona de otra edad tiene muchas más responsabilidades, como que otra visión de la vida. Como que ya está pendiente de digamos de cómo va a vivir, de las cuentas que va a tener que pagar, de donde se va a establecer, sí, como que son más centrados, más preocupados en sí por lo que va a pasar”⁷⁸.

“ Yo creo que el adulto es una persona más consciente, más calmada, que tiene como más claras las cosas, una persona joven todavía esta como en un periodo de experimentar más las cosas de aprender más, mientras que una persona adulta yo creo que ya ha conseguido suficiente experiencia como para tomar decisiones más claras. ”⁷⁹.

“ La principal diferencia es la responsabilidad que muchas veces se va generando por el tiempo que ha vivido la persona adulta que se da cuenta que la vida no es tan fácil como a la edad de nosotros la vemos... ”⁸⁰.

Los jóvenes entrevistados describen la adultez como etapa que se encuentra definida por el nivel de responsabilidades que se adquieren en ella, que implica en la mayor parte de los casos la inserción en el mundo laboral como medio de supervivencia y de sostenimiento del individuo. Esta situación requiere un nivel de compromiso mayor por parte del sujeto, contrario a las responsabilidades adquiridas en la juventud, que se describen- para los 15 jóvenes entrevistados- como las adquiridas como estudiante en el ámbito universitario.

Esta mirada que los jóvenes tienen de la adultez evidencia el contexto familiar de los mismos y la percepción que han moldeado a través de su trayectoria de vida de esta etapa, concibiéndola como una etapa de consolidación de un proyecto de vida específico.

Las responsabilidades académicas suponen gran flexibilidad lo que permite al joven interactuar en espacios sociales heterogéneos, contrario a lo que ellos presumen sucede cuando el sujeto se encuentra inmerso en el ámbito laboral. Además, algunos de ellos asumen al mundo adulto como una etapa en la que se encuentra

⁷⁸Entrevista con Ana Milena, 20 años (septiembre del 2006).

⁷⁹Entrevista con Hernán 23 años (septiembre del 2006).

⁸⁰Entrevista con Gustavo, 21 años (Octubre del 2006).

presente la necesidad de construir un nuevo grupo familiar lo cual implica una serie de características que se concretan en la adultez.

La posibilidad de inscribirse en espacios sociales heterogéneos, en los que se consolidan relaciones sociales profundas con coetáneos, es más abierta en la etapa de juventud, ya que el nivel de responsabilidades atribuido a este periodo es relativamente bajo e incide en la forma de representar la condición juvenil. La libertad -a la que hacen referencia los entrevistados- es determinada como un elemento importante de la condición juvenil, debido a que en ella hay un cierto nivel de permisividad construido socialmente, lo que Brito denominó: *praxis diferenciada*, entendida esta como un espacio de autonomía juvenil respecto al resto de la sociedad⁸¹. Esta *praxis diferenciada* permite al joven realizar acciones y adoptar comportamientos que en etapas posteriores serían inapropiados o socialmente inaceptables. La juventud es tomada por ellos como una etapa de experimentación:

“La juventud es una etapa de la vida que se caracteriza por la experimentación...yo creo que en la juventud se tiene la posibilidad de experimentar...uno puede sentirse seguro de hacer muchas cosas de las cuales en una etapa posterior de pronto no se atrevería a hacer y en una etapa anterior como la niñez, de pronto no estaría con el permiso de hacerlas”⁸².

Para los entrevistados la juventud se consolida a partir de las diferencias otorgadas por generaciones posteriores. En este sentido, el joven se considera perteneciente a una etapa definida por aquellos cambios biológicos que dejan a un lado la niñez y la adolescencia. Sin embargo, las apreciaciones y formas de concebir el mundo por parte de los jóvenes entrevistados se diferencia profundamente de las características que ellos mismos le atribuyen al mundo adulto y que fueron anteriormente mencionadas. Para reafirmar esto, se puede decir que la juventud es

⁸¹ BRITO, Lemus Roberto. “Hacia una sociología de la juventud”. En Revista JOVENes. Edición cuarta Época, Año 1. No 1. México D.F., julio-septiembre 1996. P. 31.

⁸² Entrevista con Álvaro 22 años (Noviembre del 2006)

tomada como *proceso* y el joven –en tanto producto social- se reconoce a partir de la diferenciación con el adulto, que se remite a la idea de que *el joven está en la edad de reproducir la especie pero aún no cuenta con el total de elementos para reproducir la sociedad*⁸³.

La etapa de la juventud se caracteriza por considerarse como preeliminar o de preparación para la incorporación a la vida adulta. Para los jóvenes entrevistados, el espacio universitario es el campo de preparación para adoptar los mecanismos de reproducción del aparato social, el ámbito universitario tiene como fin la inserción en el campo laboral, el que –a su vez- implica o define un estilo de vida diferenciado. Como factor asociado el rango de edad influye en la percepción que el joven tiene de si mismo, ya que, un joven de 23 años que esta a punto de finalizar sus estudios profesionales se inscribe dentro de la categoría juvenil y el estar próximo a ingresar al campo laboral le hace adoptar comportamientos propios del mundo adulto:

“(...) Como que empieza a notar ya uno pues menos diferencias cuando uno ya esta en la profesionalización, como que la vida laboral te exige ya no vestirse como un pelado, si no que ya te exige de pantalón y camisa como en mi etapa, en la etapa en que estoy ya no es muy recomendable que me vista de jeans, por ejemplo, si no de pantalón como para que me crean que soy psicólogo. Entonces eso como que te va haciendo, la sociedad te va obligando a pasar a otras maneras, ya para vestirse, ya como profesional, como una persona que va entrando a la adultez. Yo no soy adulto, me considero joven, pero ya próximo a entrar a una adultez media”⁸⁴.

El joven entrevistado se considera así mismo joven. Sin embargo, el hecho de encontrarse en la etapa final de sus estudios universitarios lo hace adoptar indumentarias que son propias de la generación que lo precede y que el describe como propias de la edad adulta. Aunque se considera joven, las formas de vestir son utilizadas por él como un artificio para la presentación de este en un escenario

⁸³ BRITO, Lemus Roberto. “Hacia una sociología de la juventud”. En Revista JOVENes. Edición cuarta Época, Año 1. No 1. México D.F., julio-septiembre 1996. P. 28.

⁸⁴ Entrevista con Álvaro 22 años (Noviembre del 2006).

determinado -el escenario de la profesión que se va ejercer en un futuro próximo- y le permite construir progresivamente en el ámbito universitario la imagen que desea proyectar en el ámbito laboral. Así, el joven construye una doble puesta en escena: por un lado, la imagen de un joven estudiante y, por otra parte la adopta características en el vestuario que lo asocian al ámbito profesional.

De acuerdo a lo anterior, la generación como elemento diferenciador situado entre la juventud y la adultez, es posible en relación con momentos históricos y sociales diferentes para cada una de las dos condiciones, cada generación posee códigos simbólicos y culturales que identifican al sujeto como perteneciente a una generación determinada. Estas diferencias sustanciales entre generaciones son mencionadas por los entrevistados, quienes encuentran diferencias entre aquella a la que pertenecen y la de los adultos quienes poseen otras formas de representarse el mundo. Dichas representaciones se refieren a la apropiación de comportamientos, gustos, conductas y códigos que se construyen con base en el momento histórico, social y cultural dentro del cual se enmarca el entrevistado.

4.2. LAS FORMAS DE VESTIR COMO ELEMENTO DE CONFIGURACIÓN DE LA IDENTIDAD

En adición a las mencionadas diferencias que suponen la pertenencia a una generación, existen otros componentes cuyo rol en la constitución de la identidad juvenil es aún más central para lo que este trabajo pretende demostrar. En la siguiente subsección se plantea la integración de los elementos teóricos y la información obtenida en el trabajo empírico de forma tal que no solo quede suficientemente demostrada la relación identidad- formas de vestir, sino también la presencia de ciertos elementos (escenarios, condiciones socioeconómicas, género), cuya relevancia sociológica debe ser tomada en cuenta a la hora de sustentar una relación causal como la propuesta.

4.2.1. EL PAPEL DE LOS ESCENARIOS

El hecho de pertenecer a la PUJ implica tener un capital acumulado que le permita al individuo mantenerse como estudiante regular, esto debido principalmente a los costos de matrícula semestral⁸⁵. Los 15 jóvenes entrevistados, ubicados entre los estratos tres y seis de la estratificación socioeconómica de la ciudad de Cali, dieron cuenta de ello al momento de definir el ingreso mensual del grupo familiar al que pertenecen, el cual se distribuye entre los cinco y los veintidós salarios mínimos legales vigentes⁸⁶. Esta es la apreciación de una estudiante al respecto:

“(...) En cierto tipo de universidades, por ejemplo las privadas y que se dice de pronto tienen algún tipo de estrato de la gente que se inscribe generalmente, aunque hay gente que con mucho esfuerzo se mete en esta Universidad, pero el general de la gente es que simplemente se inscriben en esta Universidad porque tienen tal nombre o porque los amigos del colegio todos se metieron aquí, son de determinado nivel social y aquí se fijan mucho en eso...”⁸⁷.

La extracción socio-económica de los padres de los entrevistados les permite mantenerse como estudiantes adscritos a esta Universidad, sin verse abocados necesariamente a insertarse en el campo laboral para sostener los gastos de sus estudios profesionales; De este modo, el capital adquirido de los padres influyó en la escogencia de esta institución para llevar a cabo sus estudios.

La totalidad de los entrevistados depende económicamente de sus padres. El consumo de elementos simbólicos como las prendas de vestir, los lugares frecuentados, las actividades realizadas en el tiempo libre, etcétera, depende del poder adquisitivo de los padres. El poder adquisitivo se hace evidente en el momento de indagar acerca de la profesión y ocupación de los padres de estos jóvenes. En la totalidad de las entrevistas, por lo menos uno de los padres de los entrevistados

⁸⁵ El valor semestral de la matrícula para carreras de pregrado en la PUJ va de \$2423000 a \$4135000. Información extraída de: www.puj.edu.co

⁸⁶ El Salario Mínimo Legal Vigente para el año 2008 es de \$461500

finalizó su formación universitaria y su ocupación laboral se instala en el campo profesional. Las condiciones sociales de los padres influyen en la condición juvenil de ellos en la medida en que el grupo familiar posee un agregado cultural y económico amplio, lo que les permite acceder a modelos o estilos de vida diferenciados que materializan su condición.

El nivel de extracción socio-económica de los jóvenes es una de las características que define el estilo de vida de cada uno. La pertenencia a un cierto nivel socio-económico implica poseer los medios necesarios para mantener cierta diferenciación social. Tres de los entrevistados pertenecen al estrato 3, cinco al estrato 4, cuatro al estrato 5 y solo uno al estrato 6. Esta distribución se relaciona con los barrios en los que se ubican las viviendas de los jóvenes. Algunos de estos barrios se encuentran ubicados en el sur de la ciudad y son: El Ingenio, Santa Anita, La Hacienda, Cuarto de Legua, La Riverita, El Olímpico y El Departamental.

Dichos barrios o sectores -con excepción de El Olímpico y El Departamental- son sectores de aparición relativamente reciente, que surgieron y se desplegaron a partir del proceso de expansión y metropolización que se produjo en la década de los 80 en la ciudad y que se dio debido a la necesidad de ofrecer vivienda a los nuevos grupos familiares que emergieron como grupos con niveles e ingresos económicos medianamente altos; Estos sectores son clasificados como sectores de alta valorización en la ciudad. Los barrios que se ubicaron en la zona norte de la ciudad fueron: Versalles, La Flora, Vipasa y San Vicente. Estos son barrios de tradición en la ciudad, ya que, en épocas anteriores, en estos sitios se asentaron familias reconocidas socialmente en la comunidad caleña y aún pervive en el imaginario de la ciudad esta referencia que le da prestigio al sector. Al igual que los sectores del sur de la ciudad mencionados, estos son catalogados como sectores de alta valorización en Cali.

Así, las condiciones sociales y económicas de los jóvenes se concretan de diversas formas, como por ejemplo: la pertenencia a una universidad privada, la

⁸⁷ Entrevista con Alejandra estudiante 21 años (octubre del 2006).

ubicación sociodemográfica del lugar donde viven, los consumos culturales que adquieren, asociado todo ello al capital cultural y económico de los padres. Estos elementos confluyen en la configuración del estilo de vida de los jóvenes y en su presentación en la vida cotidiana, que se encuentra referida hacia los demás, pero también es un compilado de lo que el joven se representa de si mismo, es decir su identidad.

El espacio en el que se llevo a cabo el trabajo de campo fue -como ya se ha mencionado- la Pontificia Universidad Javeriana (PUJ), entidad de educación superior de carácter privado ubicada al sur de la ciudad de Cali. En esta se ofrecen carreras profesionales que gozan de amplio reconocimiento, tanto a nivel local como nacional, en el ámbito de la educación privada. Aunque podría decirse que este es el principal espacio de socialización de los entrevistados, tanto los encuentros con estos como las observaciones efectuadas tuvieron que tener lugar en otros espacios. En este sentido hubo que tener en cuenta todo aquello que los jóvenes tienen como referente de presentación en la vida cotidiana. Tales escenarios son frecuentados por estos últimos fuera de los horarios de clase y, por tanto, están asociados a la conformación de grupos sociales amplios y heterogéneos de los entrevistados y se remiten a lógicas de configuración y apropiación de identidades juveniles. Dichos escenarios son descritos como lugares de diversión y esparcimiento, en los que los jóvenes interactúan con grupos de pares y amigos, con quienes comparten los fines de semana en horas de la noche y la temporada de vacaciones.

El termino *espacio social* o *escenario*⁸⁸ se refiere a aquellos lugares que son frecuentados por los jóvenes cotidianamente y su utilización aquí no se ha restringido a la PUJ en tanto espacio social macro, sino que se ha extendido a todos aquellos lugares en los cuales las prendas de vestir son utilizadas como elemento de presentación y –como se ha propuesto- en materialización de las identidades juveniles. Con referencia a esta exploración, se indagó a los jóvenes acerca del uso de las formas de vestir con relación a los lugares que frecuentan y trece de los quince

entrevistados afirmaron que las primeras se transforman con relación al espacio. Esta afirmación permite concluir que los lugares constituyen escenarios en los que los sujetos adoptan ciertos roles cuya materialización se lleva a cabo a través de las formas de vestir, lo cual supone tantos roles como escenarios: el ámbito universitario, los sitios de esparcimiento, las reuniones familiares, las instalaciones deportivas.

“Uno se viste distinto de acuerdo al lugar al que va, por ejemplo para venir a la Universidad uno se viste de una forma muy diferente a la forma en que te vas a vestir si vas a una reunión familiar o a una reunión de trabajo, siempre tienes que tener en cuenta tus parámetros para llegar bien vestido y dar una buena imagen al sitio donde vas, a la comunidad donde te encuentras”⁸⁹.

“(…) No es lo mismo por ejemplo ir a una rumba que ir a una reunión familiar e importante como el grado de una prima, sí, uno se viste de acuerdo a la ocasión uno no se va ir por ejemplo a un bufete con jeans y camiseta, no se, me parece algo que ha puesto la sociedad siempre...”⁹⁰.

Los escenarios visitados por los jóvenes cotidianamente se ubican predominantemente en la zona norte de la ciudad. Los sitios a los que más se hace mención son: Praga, Lola`s, Mushiba, Elíptica entre otros, ubicados en la carretera que de Cali conduce a Yumbo, sector Menga. La ubicación estratégica de estos sitios de diversión en esta zona obedece a que se encuentran situados a poca distancia de la ciudad y están cobijados por las leyes del municipio de Yumbo en el cual no aplican leyes como la -así denominada- “ley zanahoria” que obliga a los establecimientos nocturnos a cerrar sus instalaciones a las 2:00 a.m. Esta última situación hace que los jóvenes acudan masivamente a ellos, pues su horario de funcionamiento se extiende hasta las 6:00 am. Otra de las razones a las que se alude a la hora de justificar características propias de los lugares frecuentados, es su arquitectura postmodernista

⁸⁸ Al concepto de escenario se hizo referencia exhaustiva en la sección 2.2, a partir de los aportes teóricos de Erving Goffman.

⁸⁹ Entrevista con Samuel, 19 años (Noviembre del 2006).

⁹⁰ Entrevista con Hernán, 20 años (septiembre del 2006).

y a la continúa presentación de artistas nacionales e internacionales. Dichos espacios son reconocidos como lugares de moda, los precios que se manejan en cuanto a la venta de licor y el ingreso al sitio resultan elevados en comparación a otros lugares de diversión de la ciudad. El hecho de encontrarse fuera del perímetro urbano de la ciudad implica la posibilidad de tener un medio de transporte incondicional que permita a sus visitantes acceder fácilmente a ellos, lo que implica que las personas que acuden a estos sitios lo hacen teniendo como medio de transporte un vehículo particular.

Así como acaba de ejemplificarse, en los espacios o escenarios en los que se presentan los jóvenes cotidianamente se asumen roles con quienes se interactúa los cuales permiten materializar la condición juvenil. Las prendas de vestir constituyen una manifestación de dicha condición y, por tanto, el vestuario debe transformarse de acuerdo a los escenarios en los cuales el actor -en este caso el joven- se desenvuelve. La relevancia conferida a las prendas de vestir utilizadas se relaciona con el espacio frecuentado, pues contribuye a la delimitación de la condición juvenil de la que se sienten partícipes. Además de los lugares antes mencionados, se hizo alusión a los centros comerciales en tanto espacios de socialización, pues en ellos se realizan actividades de diverso tipo. Respecto a ello más adelante se desarrollará un panorama amplio y general acerca de la incidencia de estos espacios en la configuración de identidades juveniles a partir de las dinámicas observadas en ellos.

Otro tipo de escenario lo constituyen las reuniones familiares. Estas son descritas como celebraciones propias del ámbito familiar, cuya asistencia esporádica no riñe con la importancia que los jóvenes manifestaron conferir al vestuario utilizado en ellas. Esto pone de manifiesto que la escenificación de un rol cuyo mecanismo de configuración son las formas de vestir, implica el conocimiento tácito de las normas sociales que definen las características especiales para la aparición en escenarios como el entorno familiar. Con el objetivo de demostrar a los espectadores de los distintos escenarios el reconocimiento de estas normas por parte de los individuos es que se transforman las formas de vestir, sin que sea necesario el encubrimiento de la identidad juvenil, la cual es una característica de los sujetos entrevistados. Un

escenario más propicio para la manifestación abierta de esta identidad son las actividades realizadas en el tiempo libre, las cuales están permeadas por la importancia conferida a la socialización por fuera del espacio universitario, ya que la mayoría son realizadas en compañía del grupo de amigos o pares y entre ellas se citan: *Reunirse con los amigos (ya sea para ir al cine, para salir a comer, a rumbear o simplemente para conversar), practicar algún tipo de actividad física o un deporte específico, escuchar música, dormir, ver televisión y navegar en Internet, también con la intención de chatear con los amigos*⁹¹. Actividades como escuchar música, ver televisión, dormir también se realizan, pero tanto el tiempo como la importancia que se les atribuye esta en relación de proporcionalidad directa con el nivel de socialización implicado en las mismas. Este nivel de socialización lo determina el grado de interacción directa con el grupo de pares al que pertenecen: la universidad, la carrera y en menor medida el barrio o sector del que provienen. Las actividades extrauniversitarias son manifestaciones características del estilo de vida de los entrevistados, ya que evidencian los diversos roles que asumen fuera del ámbito universitario y dentro de él, de acuerdo a la extracción socioeconómica a la que pertenece cada uno de ellos.

4.2.2. LAS FORMAS DE VESTIR

Como se afirmó en la subsección anterior, los jóvenes confieren relevancia a las prendas de vestir utilizadas respecto a los espacios frecuentados, pero estos últimos no son los exclusivos condicionantes del fenómeno de la constitución de identidad juvenil a través de las formas de vestir. A continuación se dará cuenta de la importancia que puede revestir para la descripción de dicho fenómeno el abordaje de las formas de vestir como dinámica social, el vínculo género- formas de vestir, el papel de la moda y los medios de comunicación y, por último, las distintas percepciones que existen en el ámbito de la PUJ en torno a la presentación de los sujetos.

⁹¹ Entrevista con Samuel 19 años (Noviembre del 2006).

Las formas de vestir evidencian la condición identitaria de los jóvenes en los espacios sociales en los que se desenvuelven cotidianamente. Con relación a ello se hace un breve abordaje de las variables que delimitan las formas de vestir como factor constitutivo de las identidades juveniles a partir de la presentación de los jóvenes entrevistados en distintos escenarios. También se realiza una descripción de diversos factores que influyen en la apropiación de formas de vestir como objeto de consumo social.

Como afirma Anthony Giddens, *la adscripción a una etapa de la experiencia juvenil marca pautas importantes y le da a la experiencia cotidiana del joven unas características que determinan la trayectoria del yo*⁹², delimitando -a su vez- la forma de presentación que se llevará a cabo respecto al espacio social en el que el sujeto efectúa su actuación. El joven adquiere elementos para presentarse en espacios o escenarios que hacen parte de su futuro, para los cuales se prepara y hace uso de artificios que lo inscriben posteriormente en contextos sociales nuevos, determinados por el avance de su trayectoria de vida. Con relación al lugar que ocupan los jóvenes dentro del ámbito académico, aparecen diferencias importantes entre los jóvenes que ingresan al mundo académico universitario y aquellos que se inscriben en semestres avanzados de los estudios universitarios (jóvenes que están a punto de culminar su carrera profesional). Así lo afirma este joven de 22 años que cursa Noveno semestre de Psicología en La Universidad Javeriana:

*“En cuanto a definirse como joven a partir de la forma de vestirse es importante porque hay diferencias claras de cómo se viste un man de 20 años a como se viste un señor de 30 años, se ven las diferencias, incluso yo creo que de pronto empiezan a desaparecer a través del tiempo...”*⁹³

El joven hace uso de las formas de vestir para representarse así mismo como sujeto que está dejando una etapa e inscribiéndose en otra. Aunque aún se

⁹²GIDDENS, Anthony. *Modernidad e Identidad del Yo. El Yo en la Época Contemporánea*. Ediciones Península. Barcelona. 1995. P. 106.

⁹³Entrevista con Iván, estudiante de la Javeriana (Septiembre del 2006).

identifique a sí mismo como joven y -aparte de la presentación en ámbitos formales, como las prácticas universitarias- el sujeto sigue utilizando formas de vestir propias de la juventud para presentarse ante el grupo de amigos dentro del que es identificado como joven. Aquel que apenas esta ingresando al ámbito universitario ofrece otra visión de la manera como su identidad juvenil se manifiesta a través de la indumentaria que usa y la presentación de si mismo como joven:

“La escogencia de la ropa que uso esta dada por el medio en el que uno se desenvuelve desde el colegio, por la universidad, por la gente con la que uno anda, de pronto hasta por la familia, porque uno ve que el hermano usa a veces la misma ropa y uno quiere seguir la misma línea ”⁹⁴.

La joven arriba citada, argumentó que la preferencia por prendas de vestir que utiliza obedece a características que se remiten a componentes adquiridos a lo largo de su trayectoria de vida, es decir, en la adolescencia, momento a partir del cual se adapta a la nueva situación que enfrenta, el nuevo grupo de amigos de la universidad, así como el espacio mismo en el cual empieza a interactuar cotidianamente. Esto significa que nuevas experiencias empiezan a configurarse como factor inicialmente incipiente que a través del tiempo va cobrando fuerza al momento de definir aquellas preferencias que se manifiestan en la puesta en escena.

En la preferencia por formas de vestir e indumentaria determinada intervienen diferentes variables atravesadas por la trayectoria de vida de los entrevistados, que establecen gustos y preferencias de acuerdo la extracción socioeconómica aportada por sus padres e intervienen –a su vez- factores externos como el semestre que se cursa, el género, el contexto familiar, la influencia del grupo de amigos y el espacio en el que se desenvuelve el joven la mayor parte del tiempo, es decir, el ámbito universitario.

Como se acaba de mencionar el género es tomado en cuenta como una de las variables que influye en la constitución de la identidad juvenil. A partir de la

⁹⁴ Entrevista con Catherine. Estudiante de segundo semestre, edad 18 años (Octubre del 2006).

observación realizada, se evidenciaron percepciones entre hombres y mujeres entrevistados con relación a la importancia atribuida a las prendas de vestir como factor que configura la identidad personal y a su vez la identidad juvenil, de acuerdo a la manera en que se presentan con las prendas de vestir que usan y la apariencia de sí mismos.

En el momento de la ejecución de la entrevista, 6 de las 8 mujeres entrevistadas llevaban como indumentaria jeans ajustados al cuerpo, prenda a la cual le atribuyeron características de comodidad e informalidad, así como también afirmaron que es una prenda utilizada por la juventud en general y se amolda a las actividades realizadas cotidianamente:

*“Para venir a la Universidad siempre se usan jeans, uno ve a todo el mundo en jeans acá en la universidad, y todas las niñas se visten así, solo cambia la blusita que se pongan pero generalmente casi todas usamos jeans”.*⁹⁵

*“Uno puede salir a rumbear, o a cualquier plan nocturno con jeans pero ahí si se cambian las blusas, por blusitas más escotadas y los zapatos más serios, más formales, el jean es una prenda que sirve para cualquier ocasión”.*⁹⁶

A esta prenda se le atribuyen cualidades que la categorizan como prenda de carácter esencialmente juvenil (aunque es una prenda utilizada en la actualidad por todas las edades dado su carácter de comodidad), en el sentido de que es utilizado por todos los jóvenes en general y el uso de esta prenda en los diferentes espacios sociales dentro de los que interactúan las jóvenes les permite evidenciar su condición juvenil y hacer énfasis en su constitución corporal. Dadas las características de la prenda, las jóvenes se remiten al grado de seguridad que le da a la condición de género un

⁹⁵ Entrevista con Ana milena 20 años (septiembre del 2006).

⁹⁶ Entrevista con Lina, 23 años (noviembre del 2006).

carácter connotativo⁹⁷, ya que al tiempo que evidencia el cuerpo femenino de las jóvenes que la llevan, también permite ejecutar distintas actividades cómodamente.

El maquillaje es otro de los recursos utilizados por las mujeres para la presentación de sí en el entorno social, la mitad de las mujeres es decir 4 de las 8 entrevistadas, llevaban maquillaje el día de la realización de las entrevistas. Este maquillaje se caracterizaba por ser sutil y destacar levemente los rasgos faciales de las jóvenes. En el momento de indagar acerca de la práctica del uso del maquillaje, afirmaron:

*“El maquillaje permite corregir o esconder ciertas imperfecciones como el acné juvenil o las manchitas dejadas por los cambios hormonales, se usa suave cuando venimos a la universidad y para salir de noche o a rumbar nos maquillamos más fuerte para definir más los ojos, los labios etc...”*⁹⁸

Así como las prendas de vestir, el maquillaje utilizado por las mujeres es una forma de esconder y a la vez resaltar. Se busca esconder aquellas marcas que demuestran que se está pasando por procesos biológicos que obedecen a cuestiones propias de la edad, para darle paso a una máscara que muestra a una joven con la piel impecable. Las mujeres entrevistadas manifestaron que es importante dedicar en su tiempo libre un espacio para dormir o descansar, debido a la necesidad de tomar el descanso y el relajamiento como una forma de sentirse bien consigo mismas y a la vez de proyectar ante los demás una imagen fresca y lozana que solo se consigue con la dedicación de un espacio del tiempo libre para este propósito.

De acuerdo a las características anteriormente mencionadas con relación a la condición de las jóvenes entrevistadas, se puede argumentar que siguen un modelo de juventud prototípico, difundido por los medios de comunicación. Este modelo se caracteriza por remitirse a una estética corporal construida con base en estilos de vida diferenciados y, en ese sentido, la imagen que buscan proyectar estas

⁹⁷ BARTHES. Roland. *El sistema de la moda*. Colección Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1978. P. 10.

⁹⁸ Entrevista con Natalia, 19 años (noviembre del 2006).

jóvenes se encuentra moldeada por este prototipo que implica la utilización de diferentes artificios y mascarar que les permitan emularlo.

Bajo estos parámetros, las diferencias entre hombres y mujeres entrevistados con relación a la indumentaria utilizada, dieron como resultado la apropiación del vestir entre las mujeres para resaltar características de feminidad y juventud, como por ejemplo, el uso de jeans ajustados. Esta prenda permite resaltar las características del cuerpo femenino y también marcar la diferenciación sustancial de este respecto a la constitución corporal del hombre. El uso de las prendas de vestir por parte de las mujeres entrevistadas las delimita como jóvenes, al mismo tiempo marcan diferencias respecto de lo masculino y dan la posibilidad de arraigar su identidad femenina. De esta forma, las prendas de vestir utilizadas por las jóvenes contienen significados de tipo connotativo⁹⁹ que las inscriben en una etapa y las diferencian del género masculino. En el caso de los hombres se pudo notar que la escogencia de las prendas de vestir se toma a partir de la necesidad de sentirse cómodos, teniendo siempre presente su condición juvenil; esta condición se percibió en el momento de la realización de las entrevistas: de los 7 hombres entrevistados, 5 llevaban jeans un poco holgados y camisetas o camisas de las mismas características:

“...Me gusta vestirme casual, no me gusta vestirme apretado entre más suelto este mejor...En el momento de escoger la ropa que uso busco que me quede floja, que no sea apretada para nada, que no me apriete en ningún lado del cuerpo”¹⁰⁰.

La comodidad de las prendas de vestir usadas por los jóvenes es un factor importante tanto para hombres como para mujeres, distinguiéndose los primeros en atribuirle un alto valor a la escogencia de indumentarias holgadas y que no se ajusten al cuerpo, características buscadas tanto en los pantalones (ya sean jeans o pantalones de otro material) como en las camisetas y camisas que estos utilizan. Para los hombres entrevistados, la comodidad que se adquiere con el uso de una prenda

⁹⁹ *Op Cit.* BARTHES. P. 10.

determinada es fundamental debido a que esta característica les permite movilizarse en las diferentes actividades que realizan sin modificar rotundamente su imagen, así, las prendas de vestir utilizadas diariamente por los jóvenes consultados se adecuan apropiadamente a la mayoría de los escenarios en los que se presentan los jóvenes. Las prendas de vestir y la indumentaria contienen funciones sociales de adscripción a un grupo y a la vez de diferenciación del individuo¹⁰¹; por un lado contienen elementos que les permite evidenciar la condición social a la que pertenecen -es decir- condición juvenil. Así mismo los jóvenes le otorgan a las prendas de vestir un carácter diferenciador, como lo argumentaron las mujeres entrevistadas que encuentran en las formas de vestir una manera de representarse como jóvenes y al mismo tiempo son tomadas como elemento significativo de diferenciación.

La condición de juventud evidenciada en las entrevistas realizadas, dieron como resultado una serie de características que permiten a los jóvenes identificarse así mismos dentro de esta. Las características mencionadas por los jóvenes hacen referencia a factores de orden biológico, social y psicológico. Diez de los entrevistados mencionaron la edad como factor constitutivo de la condición juvenil, se definieron como jóvenes por el hecho de encontrarse dentro de un rango de edad determinado -característica de orden biológico-¹⁰², que los delimita dentro de la condición juvenil. Este rango de edad fue definido por una joven así: *“el criterio principal para ser definido como joven es tener por ahí entre 15 y 28 años...”*¹⁰³. De orden social y psicológico podemos citar a las prendas de vestir utilizadas por los jóvenes que contienen características particulares las cuales son tenidas en cuenta por ellos en el momento de ser escogidas como elemento de presentación en distintos escenarios sociales. Estas características se encuentran relacionadas con la necesidad de hacer visible su condición juvenil lo que implica presentarse como sujetos

¹⁰⁰Entrevista con Álvaro 20 años (Noviembre del 2006).

¹⁰¹SIMMEL, Georg. *“La moda”*. En: *Ensayos sociológicos*. Ediciones península. P. 31.

¹⁰²BRITO, Lemus Roberto. *“Hacia una sociología de la juventud”*. En Revista JOVENES. Edición cuarta Época, Año 1. No 1. México D.F., julio-septiembre 1996. P. 24.

¹⁰³Entrevista con Andrea 20 años (Noviembre del 2006).

portadores de signos propios de la juventud. Las formas de vestir le permiten al joven sentirse participe de dichos escenarios en la medida en que encuentran en ellas factores de identificación y similitud con aquellos con los que interactúa cotidianamente. Los jóvenes atribuyen a prendas como el Jean un carácter de identificación relacionado, en la mayoría de los escenarios con la condición juvenil. Esta prenda es utilizada por los jóvenes cotidianamente para la realización de diversas actividades, debido a que se configura en el imaginario social como una prenda juvenil y a su vez brinda comodidad. Por tanto, la mayoría de los entrevistados identifican esta prenda como característica de la identidad juvenil. Siendo la comodidad una característica básica de las prendas de vestir, es importante mencionar su condición de estudiantes, condición que influye notablemente en el grado de libertad que se tiene para portar prendas de vestir determinadas. La presentación en escenarios como el ámbito estudiantil, les permite portar prendas de carácter informal.

La condición juvenil de los entrevistados se visibiliza a través de las formas de vestir, las cuales se convierten en una manifestación de estilos de vida. Los jóvenes definen su forma de vestir como la manifestación de una condición generacional única a la que le adjudican un valor de libertad que se relaciona con los escenarios sociales en los que interactúan cotidianamente. En efecto, las prendas de vestir elegidas como elemento de presentación se caracterizan por su informalidad, comodidad y practicidad, características que a su vez se convierten en componentes importantes de identidad juvenil. Dichas características evidencian un estilo de vida particular que materializa las condiciones sociales de los jóvenes y representan el modo en el que vivencian su juventud:

Estas características tienen que ver con los espacios sociales dinámicos dentro de los cuales se desenvuelven los 15 jóvenes entrevistados e identifican su condición juvenil específica, la cual es tomada como una etapa relativamente corta, de transición y preparatoria para una etapa posterior que implica acogerse a un nivel alto de responsabilidades y formalismos. En este sentido, las particularidades de la vestimenta materializan el carácter mutable del estilo de vida de los jóvenes.

Con relación al nivel de importancia que pueden tener para los jóvenes las formas de vestir, se indagó en torno a la adquisición de estas y su interpretación como práctica de consumo. En primera instancia, la adquisición de prendas de vestir es una práctica realizada por los jóvenes de manera regular y continúa y, está determinada por las posibilidades económicas de cada uno de los mismos. La mayoría de los entrevistados adquieren sus prendas en centros comerciales como Unicentro, Chipichape o Palmetto Plaza, dependiendo de la distancia de estos a su residencia.

Algunos jóvenes buscan en las prendas exclusividad pues su escogencia y adquisición se encuentran delimitadas –en tanto práctica de consumo- por el carácter innovador que tanto el mercado como la industria de la moda hayan relacionado con ellas, con relación a las tendencias de la moda a nivel internacional. La importancia de la exclusividad de las prendas de vestir usadas, implica para muchos de ellos mantener cierto estatus dentro del grupo social, distinguirse, demostrar un estilo moderno y actual, lo que significa estar al tanto de las tendencias globales, de las que son participes los jóvenes.

Los jóvenes que mencionaron al Centro Comercial Palmetto Plaza como su preferido, lo describieron como un centro comercial en el que no solo tienen la posibilidad de adquirir prendas exclusivas e innovadoras sino también de participar de espacios de socialización amplios y tranquilos a diferencia de otros centros comerciales mencionados. En este caso la práctica de adquisición de prendas de vestir implica también dinámicas de socialización que son específicas del lugar.

Los centros comerciales mencionados se establecen como espacios de encuentro a los que los jóvenes acuden no solamente con el fin de adquirir objetos de consumo. En estos lugares la socialización con grupos de pares es notoria, pues en ellos se realizan distintas actividades que tienen que ver con el aprovechamiento del tiempo libre. Estos lugares se configuran como escenarios reconocidos por los jóvenes entrevistados, a los cuales acuden para crear lazos de amistad por fuera del espacio universitario y del ámbito familiar, pues estos sitios ofrecen la posibilidad de realizar actividades diversas. Los centros comerciales cumplen funciones que van

más allá de la adquisición de bienes de consumo -como los entrevistados lo afirman- también son lugares donde se posibilita la socialización con los compañeros de la universidad y amigos en general. En estos centros comerciales además de locales que ofrecen artículos de consumo también se han diseñado plazoletas de comida, salas de cine, cafés, espacios en donde el expendio de licor es permitido hasta altas horas de la noche, entre otros lugares.

“Me gusta ir al centro comercial, porque allí me reúno con mis amigos, allí tenemos muchas opciones de divertirnos y hacer muchas cosas, ir a cine, comer, comprar, etc.”¹⁰⁴

Podríamos así caracterizar estos sitios como micro ciudades dentro de las cuales se gestan grupos sociales diferenciados cuya principal elemento de antagonismo es la edad, siendo esta la diferenciación que se hace tangible en estos espacios. El reconocimiento que los jóvenes hacen de los centros comerciales como espacios de socialización, esta relacionado con su extracción socioeconómica, pues aparte de la reiterada mención a centros comerciales, hubo también mención de boutiques y tiendas exclusivas, cuya oferta de prendas de vestir de diseñador las hacen prohibitivas para personas de los estratos bajos e incluso medios. Estas tiendas de ropa se ubican en sectores de alta valorización comercial de la ciudad como: Granada, El Peñón y Ciudad Jardín. Así afirmaron:

“¿En que lugares compras la ropa que utilizas? No hay una tienda en particular, pero me gusta mucho una que queda en el oeste, que se llama Loretty, también otra diseñadora Marcela Garrido, allí encuentro ropa como para ambientes formales y me gustan mucho estas tiendas”¹⁰⁵ .

“Me gusta comprar ropa en donde encuentre ropa extranjera, por ejemplo Emporium donde encuentro ropa de marca: Polo,

¹⁰⁴ Entrevista con Ana Milena, 20 años (Septiembre del 2006).

¹⁰⁵ Entrevista con Catherine 18 años (Octubre del 2006)

Armani, en Granada Hay varias boutiques que tienen esas marcas".¹⁰⁶

Los jóvenes que mencionaron estos sitios pertenecen al estrato socioeconómico cinco y seis de la ciudad y su disposición hacia estos consumos está delimitada por su amplia capacidad de adquisición, lo que influye considerablemente en sus preferencias. La práctica de adquisición de ropa algunas veces se lleva a cabo con las familias de los jóvenes, sobre todo en época de vacaciones, aunque algunos afirmaron poder adquirirla en cualquier época del año, dadas sus posibilidades económicas. De este modo, la adquisición de prendas de vestir se deviene práctica social, pues -como afirma Bourdieu- la práctica de este tipo de consumos obedece a elementos de distinción que son llevados a cabo por las distintas clases sociales y en este sentido la adquisición de las prendas de vestir se convierte en una práctica social. Las formas de vestir como elemento de presentación en la vida cotidiana adquieren relevancia en la medida en que los jóvenes asumen la práctica de adquisición de las mismas como práctica social, en estrecho vínculo con sus condiciones socioeconómicas.

La moda se inserta como fenómeno que influye profundamente en la lógica de adquisición y uso de las prendas de vestir de los jóvenes entrevistados haciendo de esta dinámica de consumo una manifestación de la extracción social y así mismo componente de distinción social. El carácter identitario que los jóvenes le atribuyen a prendas de vestir de marcas reconocidas se encuentra relacionado con las dinámicas de la industria de la moda, los jóvenes le atribuyen a marcas que comercializan prendas juveniles factores que tienen que ver con lo que es moderno y actual. El contenido implícito que estos atribuyen a las prendas de vestir modernas y actuales se remite al carácter de distinción social de la moda dentro de los escenarios en los que se interactúa cotidianamente y, en este sentido, las formas de vestir son apropiadas a partir de la difusión que de estas se hace por parte de la industria. La preferencia por prendas de vestir específicas, esta relacionada con las tendencias

¹⁰⁶Entrevista con Gustavo 21 años (Octubre del 2006).

ofrecidas por el mercado, las cuales se articulan al carácter distintivo que se les ha atribuido. Los jóvenes encuentran en las prendas que portan una forma de inscribirse en un grupo social específico y, al mismo tiempo, proporcionan elementos de distinción que se visibilizan en los espacios de la cotidianidad:

*“(...) La mayor parte de los estudiantes de la Javeriana siguen la moda, si algo se impone como moda aquí todo el mundo lo usa, el 90% de los jóvenes se deja llevar por lo que esta de moda...”*¹⁰⁷

La rápida adquisición de aquellos objetos de consumo impuestos como “moda” en el espacio universitario, determina o materializa la capacidad adquisitiva que poseen los jóvenes, así como el estilo de vida diferenciado que pretenden mostrar a través de ellos. Se puede afirmar aquí que el papel de la moda se define a través de una doble función: por un lado, proporciona a los entrevistados un carácter diferenciador como jóvenes y, por otro, da a conocer la adscripción del joven a un grupo social específico vinculado a su condición juvenil.

Ahora bien, cabe preguntarse ¿Cuál es el vehículo que facilita a la moda el dotar a las prendas de vestir del impacto social necesario para influir en el proceso de constitución de identidad de los jóvenes? Una respuesta a este interrogante es fácil de sugerir en una época en la que el flujo de información puede determinar ampliamente el curso de los fenómenos sociales. Al respecto puede afirmarse que la industria de la moda cuenta con los medios de comunicación como principal mecanismo de difusión, tanto así que es admitida por los jóvenes su influencia en la escogencia de las prendas de vestir. Diez de los entrevistados manifestaron que medios de comunicación como la televisión, las revistas y el Internet influyen a la hora de tomar una decisión al respecto. Esta influencia es notable, debido a la admitida imposibilidad de sustraerse al bombardeo publicitario. Los entrevistados manifestaron que este tipo de influencia se da de manera “inconsciente”, esto expresado en el fenómeno de la adquisición de prendas en los centros comerciales,

¹⁰⁷ Entrevista con Samuel , 19 años (Noviembre del 2006).

pues esta última es una acción que se lleva a cabo dando por sentada la fidelidad de lo ofertado con los cánones globales de la moda.

En segunda instancia, puede afirmarse que el hecho de reconocerse como jóvenes, obliga -de alguna manera- a las personas a prestar atención a lo presentado por los medios de comunicación respecto a la moda y a las indumentarias que marcan pautas y definen un estilo moderno. Es decir, se tienen en cuenta las tendencias que promulgan los medios de comunicación como modernos con el fin de ser reconocidos como portadores de lo novedoso en lo referente a las formas de vestir. Por último, el pertenecer a una universidad privada dentro de la cual las indumentarias de moda son adquiridas rápidamente por la mayoría de los estudiantes, implica un reconocimiento vinculado a la posibilidad económica de obtener los símbolos e indumentarias propias del momento, Como se mencionó:

“Yo pienso que los medios de comunicación influyen en todo y en las prendas de vestir también, empezando porque ese es, digamos el principal medio por el que vas a ver las cosas, entonces vas a ver si te gustan o no, si lo ves en t.v. lo ves ahí, entonces lo buscas; entonces sí influye”¹⁰⁸.

“ Los medios de comunicación siempre influyen porque a uno siempre lo están bombardeando con publicidad en la televisión, en Internet, en toda parte va a haber publicidad de las marcas obviamente, entonces siempre influye porque a la hora de escoger uno se va por lo que le han mostrado y lo que esta de moda... ”¹⁰⁹.

La elección de ciertas formas de vestir como base para la constitución de la identidad no solo se refieren a variables sociales (género, generación, extracción socioeconómica), sino también a fenómenos globales como el alcance de los medios de comunicación en las sociedades occidentales recientes, cuya relevancia cada vez es mayor en la difusión y adquisición de objetos de consumo asociados a la posibilidad de ser reconocidos socialmente como portadores de una identidad común.

¹⁰⁸Entrevista con Lina, 23 años (Noviembre del 2006).

¹⁰⁹Entrevista con Raúl (septiembre del 2006).

Se pudo observar el alto valor que los jóvenes atribuyen a las prendas de vestir y el costo representativo de estas en el mercado, lo que dota de sentido la práctica de la adquisición de prendas de vestir otorgándole a esta un carácter de distinción social. La principal característica de las prendas de vestir mencionadas por los entrevistados se remite al costo de estas como factor de exclusividad, pues su alto valor implica el estar dirigidas a una población con alto poder adquisitivo. Los jóvenes encuentran en el uso y adquisición de estas prendas la materialización de mecanismos de distinción social que representan las lógicas de reproducción de clase y estratificación social a las que pertenecen y que giran en torno a las dinámicas de consumo.¹¹⁰

El arriba mencionado carácter de distinción social atribuible a las prendas en razón de su costo se evidencia continuamente en el trabajo empírico. El dinero invertido en objetos de consumo como las prendas de vestir por parte de los entrevistados es elevado y está vinculado a las condiciones de clase y al capital acumulado de los padres de estos, quienes asumen estos gastos. Ciertas marcas como Chevignon, Diesel, Levis, Spritt, Naf- Naf, han logrado instalarse en el espacio juvenil universitario como prendas de carácter moderno y actual que materializan la identidad de los jóvenes y son percibidas por la colectividad como una forma de adscripción al grupo social y generacional predominante en el ámbito universitario:

*“La marca de la ropa que uso es importante porque por ejemplo los jeans Diesel son los que más duran y por que además sin querer se ha creado como un patrón, pues ya está metido en la Universidad que se debe usar ropa de marca, como que si sos joven, entonces estas a la moda y por que usas jeans Diesel y por que usas determinados zapatos como las chanclitas que están ahora de moda, o sea sin querer a uno como que le meten esas cosas en la cabeza ”*¹¹¹.

La imagen que quiere dar el joven de sí mismo cuando usa prendas de vestir de las marcas mencionadas, es la de un joven que está al tanto de las transformaciones de la moda y tiene la posibilidad de adquirir continuamente las

¹¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Alfaguara S.A. Buenos Aires. 1999 .P.117.

tendencias que esta industria ofrece. Esta imagen permite al joven presentarse en distintos escenarios materializando su identidad a través de una interacción que dota de significado las prendas de vestir utilizadas. Algunas características de este proceso, se expondrán brevemente a continuación, haciendo especial hincapié en la percepción que de las formas de vestir se tiene en la PUJ.

Entre las discusiones recogidas respecto a las percepciones que tienen los jóvenes de la PUJ en torno a las formas de vestir, se hizo alusión al sentido de uniformidad que se puede percibir en este espacio. Ciertas formas de vestir pueden convertirse en estereotipos que condicionan la presentación de los jóvenes en el espacio social universitario, imponiendo continuamente elementos que se convierten en moda y empiezan a ser portados por la mayoría de los estudiantes con el fin de ser reconocidos socialmente. Las indumentarias se convierten en representación de estilos de vida y su efectividad esta relacionada con la importancia que se le da al uso determinadas marcas a las que les han sido adjudicados elementos de distinción en el escenario universitario.

Sin embargo, se reconoce visiblemente a grupos diferenciados de jóvenes quienes exhiben un estilo propio vinculado a preferencias musicales materializadas por ellos en la forma de vestir, marcando diferencias sustanciales que les contraponen a los estereotipos más asumidos. Otro factor mencionado por los jóvenes con relación a las formas de vestir es la variabilidad que supone sobre estas la pertenencia a un plan de estudios u a otro: en carreras como Administración de Empresas y Comunicación Social hay una manifiesta aceptación de la moda mucho más notable que en otras carreras. Esta situación se presenta debido a la marcada dependencia que los entrevistados admiten existe entre en ejercicio profesional de ciertas carreras y la imagen del sujeto, la cual puede marcar la diferencia entre el reconocimiento social y la ausencia de este.

¹¹¹Entrevista con Natalia, 19 años (noviembre del 2006).

“En carreras como Administración la manera como tu te vistas es muy importante, es importante de pronto estar bien presentado por que te estas preparando para ingresar al mundo de los negocios, entonces al estudiar carreras como estas, si si influye mucho la manera en que te vistes, en la marca de ropa que escoges...”¹¹²

Del mismo modo en el que la carrera determina el uso de ciertas formas de vestir, sucede algo análogo con el género en la PUJ. Mientras las mujeres tienden a ser más meticulosas con su presentación cotidiana en el espacio universitario y a adoptar rápidamente las tendencias de la moda, en el caso de los hombres es notable el predominio de la comodidad por encima de la adopción de modas y estilos. Los jóvenes de ambos géneros argumentaron que para la gran mayoría de los estudiantes de la PUJ, las formas de vestir y las marcas son elementos importantes de su presentación, lo que ha contribuido a fortalecer la necesidad de ser aceptado y reconocido socialmente en este espacio. Sin embargo, el fenómeno de la homogeneidad se está desdibujando cada vez más debido a la reciente aparición, dentro del espacio universitario, de grupos sociales diferenciados que se inscriben en otras lógicas de consumo respecto a la indumentaria utilizada, estas se encuentran mediadas por variables que distan de los prototipos y modelos asumidos por la colectividad.

En el espacio universitario los jóvenes pueden evidenciar manifestaciones de formas de vestir diferenciadas con relación a grupos sociales de aparición incipiente, ya que en general todavía se sigue manteniendo un prototipo de juventud que configura su modo de vestir de acuerdo a los modelos presentados por el mercado, que se dirige a jóvenes con capitales económicos amplios, los cuales se convierten en elementos de distinción. Los jóvenes asumieron que en la cotidianidad de la PUJ se perciben tendencias generales que influyen en las formas de vestir de la mayoría de los estudiantes, estas tendencias se manifiestan de manera particular en carreras determinadas en donde la forma de presentación se hace explícitamente

¹¹²Entrevista con Gustavo, 21 años, estudiante de Administración de Empresas (Octubre del 2006).

importante y por lo tanto el uso de prendas de vestir reconocidas socialmente es apropiada por los estudiantes de dichas carreras de acuerdo a las condiciones sociales de los jóvenes. De acuerdo a esto es posible afirmar que en la PUJ, es válido asociar diversos fenómenos vinculados a las formas de vestir y su utilización, que confluyen todos en la configuración de la identidad, atravesando los procesos de presentación y representación para sí mismo y para otros. La aparición de grupos diferenciados en el espacio universitario implica la aparición de heterogéneas identidades juveniles, relacionadas con maneras particulares de percibir el mundo y la adscripción a estilos de vida y a ciertas prácticas que las fundamentan

5. CONCLUSIONES

1. La juventud se encuentra constituida por una serie de variables de orden social, económico, histórico y biológico, que actúan en sinergia para constituir una identidad juvenil. En este sentido, no puede hablarse de una identidad juvenil única e irreversible, sino, al contrario, de múltiples identidades juveniles generadas por múltiples contextos sociales cuyos matices contrastan entre sí y se complementan. Este último proceso permite desarrollar un concepto de juventud amplio y difuso, producto social de circunstancias determinadas.

Las identidades juveniles se configuran a partir de condiciones sociales de clase, de género y de generación. La manera en la que los individuos se adscriben a la condición juvenil se determina de acuerdo a fenómenos sociales que delimitan y enmarcan a la misma, los cuales les proporcionan elementos que permiten vivenciar la condición juvenil como una etapa de indefinición y de oposición a otras generaciones.

2- El joven estudiado define su condición juvenil como una etapa de “despreocupación”, de hedonismo. La juventud es representada como una etapa de experimentación, en la cual es permitido cometer errores, pues esta constituye una preparación necesaria para la vida adulta. La auto interrogación y reflexión a partir de los errores cometidos permiten al sujeto configurarse como un ser autónomo, ampliando la distancia entre esta nueva etapa y las de niñez y adolescencia, en las que el poder de decisión se encuentra mediado por la familia y los padres.

3- La juventud otorga cierta independencia en algunos aspectos como, por ejemplo, la posibilidad de escoger la ropa que se usa, la música que se escucha, los sitios que se frecuentan, generalmente también escogidos por el grupo generacional en el que se inscribe el joven. Pero esta independencia no es total, pues coexiste con la dependencia económica respecto de los padres, lo cual supone diferencias cualitativas respecto a quienes viven una condición juvenil mediatizada por la

búsqueda del sustento, circunstancia definida por los entrevistados como fundamental en la separación mundo juvenil-mundo adulto.

4- Las formas de vestir son un elemento diferenciador, pues los sujetos hacen uso de ellas no solo para presentarse ante los demás sino para manifestar lo que quieren dar a conocer de si mismos y exhibir aquellos consumos que los inscriben en contextos sociales determinados

5-Cada joven tiene una forma personal de vivir la juventud la cual constituye, proyecta y afirma a través de su indumentaria. En la preferencia por cierta indumentaria, participan elementos condicionantes relativos a la trayectoria de vida de los jóvenes, la influencia del grupo de amigos, la extracción socioeconómica de los padres, el género y los espacios en los que se desarrolla la cotidianidad.

6- Los jóvenes tienen cierta tendencia a seguir modelos prototípicos de juventud, estos son difundidos por los medios masivos de comunicación. Estos modelos se caracterizan por remitirse a una estética corporal construida con base en estilos de vida diferenciados. Así la imagen que intentan materializar los jóvenes se encuentra moldeada por este prototipo que implica la utilización de diferentes artificios y mascarar que les permitan emularlo.

7- La adquisición de prendas de vestir se constituye en práctica social. En este sentido, la práctica de consumos culturales obedece a elementos de distinción que son llevados a cabo por las distintas clases sociales y la adquisición de las prendas de vestir se convierte en una práctica social. Las formas de vestir como elemento de presentación en la vida cotidiana adquieren relevancia en la medida en que los jóvenes asumen la práctica de adquisición de las mismas como practica social, en estrecho vínculo con las condiciones socioeconómicas a la que se pertenece.

8- El papel de la moda contiene dos elementos importantes que le otorgan su carácter funcional: por un lado, proporciona a los jóvenes un carácter diferenciador y, por otro, da a conocer la adscripción del joven a un grupo social específico vinculado a su condición juvenil.

9- La elección de formas de vestir particulares, como base para la constitución de la identidad no solo se refieren a variables sociales (género, generación, extracción socioeconómica), sino también a fenómenos globales como el alcance de los medios de comunicación en las sociedades occidentales recientes, cuya relevancia cada vez es mayor en la difusión y adquisición de objetos de consumo asociados a la posibilidad de ser reconocidos socialmente como portadores de una identidad común

10- Las formas de vestir pueden convertirse en estereotipos que condicionan la presentación de los jóvenes en los espacios sociales que frecuentan cotidianamente, imponiendo continuamente elementos que se convierten en moda y empiezan a ser portados por la mayoría de los jóvenes con el fin de ser reconocidos socialmente. Las indumentarias se convierten en representación de estilos de vida y su efectividad esta relacionada con la importancia que se le da al uso determinadas marcas a las que les han sido adjudicados elementos de distinción en los diversos escenarios de la vida cotidiana.

5. BIBLIOGRAFÍA

BARTHES Roland. Sistema de la moda. Colección Comunicación Visual. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1978.

BOURDIEU Pierre. La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Taurus, Alfaguara S.A. Buenos Aires 1999.

BRITO Lemus Roberto. Hacia una sociología de la juventud. En Revista JOVENes. Edición cuarta Época, Año 1. No 1. México D.F., julio-septiembre 1996.

FEIXA, Carles. De jóvenes, bandas y tribus. Editorial Ariel S.A 1993.

GIDDENS Anthony. Modernidad e Identidad del yo. El yo en la época contemporánea. Ediciones. Península. Barcelona 1995.

GIMÉNEZ Gilberto. La Identidad social o el retorno del sujeto en sociología.

GOFFMAN Erving. La presentación de la Persona en la vida cotidiana. Amorrortu editores. Buenos Aires

HOBSBAWM Eric. Historia del siglo XX. Editorial Critica Barcelona. 1995

LOPEZ, Melchor. Estilos Juveniles. En: Revista Mexicana de Orientación Educativa. No 4. Noviembre del 2004.- Febrero del 2005.
www.remo.ws/revista/n4/n4-lopez.htm - 76k -

MARGULLIS Mario- URRESTY Marcelo. “La construcción social de la juventud”. En: Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas identidades. Bogotá Vive y Siglo de hombre Editores. 1998.

MUÑOZ Sonia. Jóvenes en discusión. Sobre edades, rutinas y gustos en Cali. Fundación Antonio Restrepo Barco. Fundación Social. Fundación FES. Procívica T.V. Santafé de Bogotá, julio de 1999.

SIMMEL Georg. La moda. En: Ensayos Filosóficos. Ediciones península. 1980.

YOUNIS, José Antonio. Identidad, valores y estilos de vida de la población juvenilenlaactualidad.www.azarug.org/formacion/sociopolitica/Identidad,%20valores%20y%20estilos%20de%20vida%20de%20la%20poblacion%20juvenil.html.