

Juventud y consumo: moda y tendencias

Daniel Torres Jiménez¹, Mariana González Peñalva²

Resumen

La juventud es un período que combina una madurez biológica con una relativa inmadurez social. El signo de «ser joven» con el agravante de ser un valor simbólico deseado por el mundo adulto, se encuentra estetizado en modas que definen pertenencias, seguridades y aceptaciones que generan identidades frágiles, sin posibilidad de generar proyectos vitales. La situación social coloca hoy a los jóvenes en una moratoria vital que demora el acceso en igualdad de condiciones a la educación, al trabajo digno, a la posibilidad de formar una familia. La dinámica de la moda como tal genera narcisismo, indiferenciación sexual, pero por sobre todo altísima diferenciación social. Enfrentar los retos que se plantean a la humanidad supone contar con un joven más coherente e integral. A modo de propuesta se plantean: la renovación de la cultura juvenil que empiece en cada sujeto, el reencuentro con modelos significativos y el apoyo familiar.

Palabras clave: juventud - moda - cultura - fragilidad - signo

Joven: ¿quién sos?

La edad aparece en todas las sociedades como uno de los ejes ordenadores de toda la sociedad. Edad y sexo son la base de clasificaciones sociales que permiten estructurar el sentido de muchas cuestiones. No obstante, podríamos decir que los conceptos suelen ser

ambiguos. Así, podríamos esbozar genéricamente que la juventud es un período que va desde la adolescencia (cambios corporales, relativa madurez sexual, etc.) hasta la independencia de la familia, la formación de un nuevo hogar, la autonomía económica, todos ellos hitos que definen la condición de adulto¹.

Si revisamos la historia, podremos encon-

¹ Sistema de Educación a Distancia, Instituto para la Familia y la Vida, UCaSal.

Trabajo presentado y expuesto en el taller «Joven: moda y consumo» en el marco del I Congreso Internacional sobre la Vida Humana y IV Congreso Regional de Vida y Familia del NOA, setiembre 2011, Salta, Argentina.

² Secretaría de Postgrado, UCaSal.

¹ Nótese aquí que no hacemos referencia a la madurez como indicador del final de la juventud. Por otro lado, el esfuerzo de comprender la juventud en referencia a la inmadurez-madurez, como fase de la vida, también tiene sus problemas. La madurez es un producto de relaciones dialécticas. «Es en la interacción con el ambiente, con el otro, que las personas maduran psicológica, emocional, intelect-

trar que, a mediados del siglo XIX y en el siglo XX, algunos sectores sociales lograron ofrecer a sus jóvenes la posibilidad de postergar exigencias, en especial familia y trabajo, para ofrecerles tiempo legítimo para que se dediquen al estudio y la capacitación, postergando el matrimonio, lo que les permite gozar de una «tolerancia» social especial. La juventud termina cuando ésta asume responsabilidades como formar su propio hogar, tener hijos, vivir del propio trabajo.

Entonces, la juventud es un período que combina una considerable madurez biológica con una relativa inmadurez social. La juventud como transición hacia la vida adulta es diferente según el sector social que se considere. En esa línea, Cecilia Braslavsky sugiere que «el mito de la juventud homogénea consiste en identificar a todos los jóvenes con algunos de ellos» (Braslavsky, 1998), lo cual hace peligrar las visiones a la hora de hablar de los jóvenes.

A todo esto se asocia otro mito que se construye desde varios discursos políticos y es el de la «igualdad de oportunidades», intentando unificar las condiciones de acceso a la vida social y colectiva, aunque los participantes vengan de extremos sociales. Así, todo joven se encontraría en igualdad de oportunidades para recibir los conocimientos e incorporar las aptitudes que lo transformarían en productor y lo formarían como ciudadano.

El tema se complica cuando juventud no se refiere sólo a un estado, una condición social o una etapa de la vida, sino además significa un producto. La juventud

aparece entonces como algo simbólico asociado con rasgos apreciados –sobre todo por la estética dominante– lo que permite comercializar sus signos exteriores multiplicando la variedad de mercancías –bienes y servicios– que impactan directa o indirectamente sobre los discursos sociales que la aluden y la identifican (Margulis, 2000).

Podemos decir, entonces que la «juventud» no es una condición natural basada sólo en la edad, sino que se es joven de diferentes maneras en función de la diferenciación social, del dinero, educación, el barrio, el trabajo, el uso del tiempo libre.

Ahora bien, estos «signos» de ser joven tienden a estetizarse, a constituir un conjunto de características vinculadas con el cuerpo, vestimenta, tendencias, y suelen ser presentadas como el paradigma de todo lo deseable para la sociedad. La juventud se transforma entonces en una mercancía, se compra y se vende, interviene en el mercado del deseo.

Para comprender un poco más este fenómeno de la cultura joven, debemos poder contextualizar la juventud en el aquí y el ahora, sin perder de vista el horizonte.

Los jóvenes: el hoy y el mañana

La situación social de los jóvenes en la actualidad, sus problemas y los retos que tienen ante sí, constituyen un asunto de suma relevancia dada su vinculación con el futuro de la humanidad y su permanencia en el planeta.

tual, social, política y espiritualmente. No sólo en la niñez, período supuestamente inmaduro, en oposición a la adultez, edad supuestamente caracterizada por la madurez. Es durante toda la vida que se madura. La madurez se va dando en las personas de una manera variada, a través de sus procesos de elaboración personal de las interacciones». (Valle, Edenio. *Psico-sociología e Educação da Juventude*. Instituto da Família. São Paulo, 1986, p. 41-42).

Los jóvenes constituyen un grupo social único y diferente en sí mismo que atraviesa todas las esferas del quehacer humano.

A partir del último decenio del siglo XX, el desarrollo feroz del neocapitalismo ha llegado a polarizar en grado extremo a la sociedad, concentrando la riqueza en manos de unos pocos mientras reparte la pobreza entre los trabajadores. Al ser por esencia un modelo en crisis, la situación de la juventud, una de sus principales víctimas, producto de la exclusión, en la actualidad puede ser catalogada de dramática.

Gran parte de los jóvenes en el mundo comparten la pobreza, la desigualdad de oportunidades para acceder a una educación de calidad y a un empleo seguro con una remuneración adecuada, así como a los servicios básicos de salud. Por estas carencias confrontan cada vez mayores dificultades para materializar sus proyectos de vida y crear una familia propia, la cual en caso de constituirse se desenvuelve en condiciones sumamente precarias. Es de común criterio entre los especialistas y académicos que los procesos relacionados con la globalización neoliberal que con más fuerza repercuten entre los jóvenes sujetos son el desempleo, el tráfico y consumo de drogas y la alu-

cinante influencia de las industrias culturales (Machado, 2008).

Existen también otras problemáticas, partes del contenido estructural del sistema, que son también de gran relevancia y repercusión como son la educación, la seguridad social, la salud y la vivienda². La contradicción central se manifiesta entre lo que significa ser joven para el mundo contemporáneo y la situación real de éstos. En otros términos, se refiere al contraste entre la trascendencia actual del valor juventud, y la invisibilización a la que se somete a la joven generación del siglo XXI.

Los jóvenes imponen a la sociedad retos incalculables. La Subsecretaría de Programación Técnica y Estudios Laborales identifica a Argentina como el segundo país de Latinoamérica con mayor desempleo juvenil: el 30,9% de los jóvenes de entre 15 y 24 años está en esa situación³. Teniendo en cuenta los resultados definitivos del censo 2010, la población de Argentina supera los 40 millones, de los cuales más de 10 millones son parte de la categoría «joven». Según informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), Salta se ubica en primer lugar con una tasa de desempleo del 11,5%⁴.

² Dicha perspectiva propicia la frustración de expectativas creadas por la misma sociedad capitalista periférica y promueve estrategias alternativas que conducen al delito. Todo ello genera y alimenta la violencia y el consumo de drogas, cuyas manifestaciones se han propagado con fuerza por todos los países de la región. Según los datos levantados por la UNESCO, tres naciones sudamericanas: Colombia, Venezuela y Brasil, se encuentran entre los cinco países con mayores tasas de homicidio juvenil en el planeta.

³ Además de los dos quintiles (personas entre 15 y 19 y entre 20 a 24 años) considerados en la categoría etaria «juventud» según la UNESCO, es necesario aclarar que debe tenerse en cuenta en cualquier análisis el sub-grupo correspondiente a los jóvenes adultos (personas entre 25 y 29 años). La decisión de ampliar la categoría hacia esa franja de edad está relacionada con los fenómenos de retraso en la asunción de roles socialmente adultos a los que se ha referido anteriormente. En este caso, se considera que el sub-grupo representa en la actualidad el vértice en la incorporación a la vida adulta, sobre todo en aquellas personas que cuentan con los recursos como para prolongar su formación o postergan, por motivos de diversa índole, la conformación de núcleos familiares propios.

⁴ EPH- INDEC, agosto 2011.

Los jóvenes sufren una mayor incertidumbre económica y social, que tiende a expresarse en una mayor vulnerabilidad al desempleo. La probabilidad de los jóvenes de estar desempleados es tres veces mayor que la de los adultos (uno de cada tres jóvenes no tiene trabajo). A su vez, la mayor parte de los jóvenes desempleados provienen de hogares de escasos recursos, muchos de los cuales se encuentran en situación de pobreza. Se genera con ello un círculo vicioso de transmisión intergeneracional de la pobreza.

El drama no es menor en el ámbito de la educación. Dicha actividad se encuentra muy lejos de estar al alcance de las mayorías. Actualmente, en Argentina son muchos los jóvenes que sufren el rezago educacional, mucho más si son provenientes de hogares pobres o están vinculados a la economía informal. Cabe observar que el 57% de los jóvenes de 20 a 24 años no supera el nivel de instrucción de sus padres, alcanzando un promedio de 9,5 años de escolaridad. Es aquí donde se manifiesta uno de los principales déficit educativos vinculados al mercado de trabajo.

La paradoja es que en los últimos diez años el acceso a la educación creció de manera impactante. Sin embargo, en cuestiones de educación nada es lo que parece. En el conjunto de las provincias argentinas, Salta se cuenta entre aquellas cuyos indicadores de educación son más bajos. Las tasas de deserción escolar, de repitencia, de gasto por alumno y salario docente, la ubican entre las siete provincias más desiguales.

Con un incremento del 22% en la franja etárea de jóvenes salteños que alcanzan los 18 años, y teniendo en cuenta que se estima que el 50% busca un trabajo a esa edad, conforme a los datos del censo 2010, entre 10 y 15 mil

nuevos puestos de trabajo para jóvenes deberán crearse en los próximos años, con la dificultad de que sólo los sectores de gastronomía, turismo y construcción son los únicos que manifiestan intención de sumar gente al mercado laboral⁵.

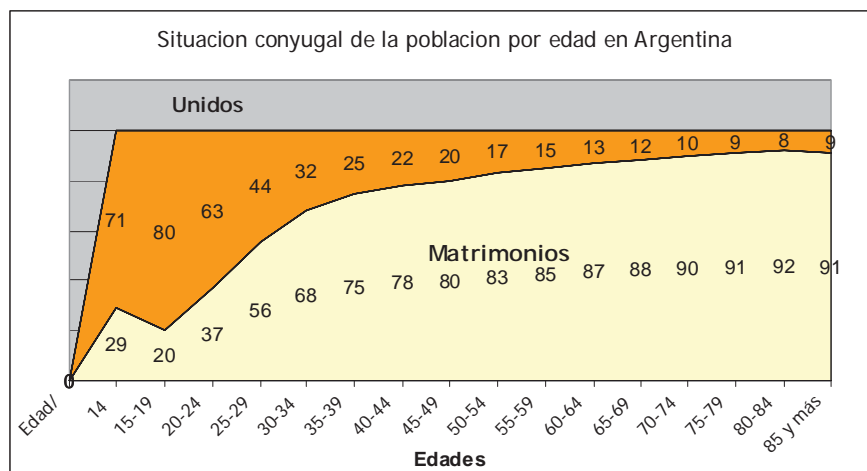
Otro indicador importante para comprender la actualidad de los jóvenes es el acceso a una relación conyugal como vínculo estable y parámetro de madurez. Beatriz Balián, socióloga de la UCA, plantea, al analizar el tipo de situación conyugal según la edad, que a menor edad se advierte una mayor proporción de uniones de hecho. Recién alcanzan el promedio nacional alrededor de los 35-39 años y luego sigue disminuyendo (Balián, 2005).

Un dato cultural muy significativo es cierta generalización de convivencia no legalizada entre los jóvenes independientemente de la provincia o región. En los estudios comparativos de cohortes, se observa la creciente desinstitucionalización del contexto en que las mujeres inician sus carreras conyugales.

En las promociones más recientes (posteriores a 1985), casi la mitad de las uniones se iniciaron sin pasar por el registro civil ni por una ceremonia religiosa (...), de manera que el matrimonio ha dejado de ser un destino ineludible al momento de decidir formar pareja. Sin embargo, esto no debería ser interpretado como una «crisis de la pareja-familia» sino como una crisis del «matrimonio-institución» (Cabella, 2008).

La nueva condición juvenil se construyó sobre la crisis de dos de las instituciones tradicionales de transmisión de la cultura adulta

⁵ Fuente: Fedecar, Relevamiento julio 2011, en El Tribuno, pág 41, 18/09/11.



Fuente de los datos: Censo Nacional de Población y Vivienda 2001.

hegemónica: la educación y el empleo, quedando sólo los grupos familiares como sostén del nuevo tiempo excedente. La desinstitucionalización de los jóvenes provocó entonces, al decir de Binstock, una nueva forma de recorrer la juventud, donde se combina una fuerte autonomía individual (en aspectos emocionales, sexuales y sociales) con un retraso en la emancipación económica, y en donde la presencia de grupos familiares y/o adultos significativos adquiere un lugar central (Binstock, 2005). Sobre este aspecto retornaremos más adelante.

Según el estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe y la Organización Iberoamericana de Juventud (2004), los jóvenes son afectados por un decálogo de contradicciones, a saber:

1. Disfrutan de un mayor acceso a la educación y menos oportunidades de empleo.
2. Gozan de más acceso a la información y menos acceso al poder.
3. Poseen más destrezas para la sociedad de la comunicación y menos opciones de autonomía.

4. Están mejor provistos de salud, pero menos reconocidos en su morbi-mortalidad.
5. Son más dúctiles y móviles, pero están más afectados por trayectorias migratorias inciertas.
6. Son más cohesionados hacia adentro, pero más segmentados en grupos heterogéneos hacia fuera. (Se refiere a la generación de identidades colectivas y la participación en universos simbólicos, pero estas identidades son consolidadas, fragmentarias y cerradas.)
7. Más aptos para el cambio productivo, pero más excluidos del mismo.
8. Dan muestras de una mayor autodeterminación y protagonismo.
9. Son receptores de políticas en las que aparecen como protagonistas de cambios.
10. Detentan un mayor consumo simbólico (medios de comunicación, universos virtuales, etc.).

Las paradojas mencionadas conspiran contra el ideal de integralidad de la juventud, necesario para responder a las exigencias del presente y el futuro. Enfrentar los retos que se plantean a la humanidad supone contar con un

joven más coherente e integral, no marginado y enajenado. Por eso creemos que la integralidad perdida sólo puede ser recuperada por cambios culturales decisivos que parten del sujeto mismo.

La transposición del paradigma de la vejez por el de la juventud ha convertido el ser joven en la nueva religión que muchos desean profesar. En un mundo que les ofrece ser «signos» a través de la publicidad y los bienes de consumo definidos por las modas, los jóvenes se sitúan en el máximo escalón de lo valioso, adecuado, mejor, importante y decisivo. Sin embargo, en un mundo de creciente culto a lo juvenil como paradigma de vida y estatus en venta, la juventud real aparece más obviada y marginada que nunca.

Identidades frágiles

Las modas responden a lógicas temporales relacionadas con el prestigio, la distinción, la legitimidad, al decir de Margulis (1996). La ropa, costumbres, lenguajes juveniles se expresan en los consumos, que no sólo sirven para lo evidente, sino que son signo. Es entonces la significación de lo que un joven usa lo que realmente importa, porque la moda en sí es efímera y al estar sometida a permanentes cambios genera identidades frágiles. El joven que privilegia la moda debe construir estabilidad sobre el vértigo del que alguna vez nos habló Lope Quintás.

Los jóvenes que orientan sus consumos en función de las modas, buscan pertenencia, reconocimiento, legitimidad. Desean ser aceptados en determinados grupos, afirmar su identidad social, ser considerados miembros auténticos de la tribu.

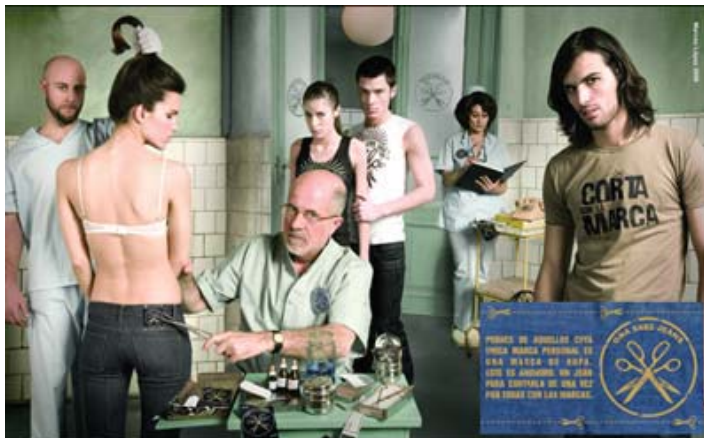
Para ello deberán adecuar su indumentaria, vocabulario, preferencias musicales, su look y hasta su lenguaje corporal a las exigencias del medio social en el que aspiran incluirse (Margulis, 1996).

Cuando escuchamos a través de Youtube el tema «Nike es la cultura» (cfr. http://youtu.be/J0_1sh9SHh4) del Indio Solari, rápidamente vemos la doble intencionalidad, aunque en sí ambas apuntan al «fin de la cultura» o más bien al principio de una nueva cultura mucho más vulgar y materialista. Ya sea el «gato» de la cumbia villera o el *glamour* de la ciudad Nike estadounidense, reclaman espacios por ser portadores de un mismo signo: el *szwoosh* (isologo de Nike).

La susceptibilidad a la moda por parte de los jóvenes provendría de una mayor dependencia de la apariencia física –del look– en la presentación de su persona. Esto es así porque aún no han podido alcanzar otros aspectos (carrera profesional, dinero, empleo, etc.) que apuntalen su identidad social. Ser joven es, a la vez, objeto de deseo de otros grupos etáreos, lo cual complica el análisis. La publicidad muestra al mundo juvenil como puro goce estético y atractivo, sin problemas, incertidumbres, en una palabra totalmente idealizado. Por ejemplo, la nueva publicidad del automóvil VW Vento, que sugiere comprarlo como «la forma más adulta de seguir siendo joven»⁶.

La esencia de la moda consiste en que siempre es sólo una parte del grupo quien la ejerce mientras que el conjunto se limita a estar en camino a ella (Simmel, 1998). En la moda, los extremos pierden. El medio consagra la medianía, ofreciendo seguridad y satisfacción. Pero la moda, en cuanto alcanza su máxima aceptación porque un producto que se impo-

⁶ http://www.youtube.com/watch?v=b4_tlBqjr_Y



ne, deja de diferenciar. La moda se vulgariza al divulgarse.

Los productores de la moda trabajan permanentemente con los conceptos opuestos que sostiene el elemento de la temporalidad: clásico *vs.* vanguardia, nuevo *vs.* antiguo. Las diferenciaciones entre sexos tienden a cero en peinados, vestidos, maquillaje, etc., y en esto, el erotismo es un gran auxiliar en los discursos de los *massmedia*. Siempre las diferenciaciones se basaron en los consumos. En la moda actual es notable ver cómo aparece la tendencia a la indiferenciación sexual. Esto viene asociado a nuevas formas de seducción, nuevas libertades y nuevos peligros aparejados con el sexo. Como apunta Urresti, parecieran haber encontrado los jóvenes el control de una «secreta seducción de la indiferencia» (Urresti, 1996).

El cinismo de la marca

Los generadores de la moda saben que hay un producto de la moda muy importante: la etiqueta. La misma representa ante el mundo, un estilo, un concepto. Comprando el producto estás satisfaciendo un deseo una vanidad, una realización del estatus. Esto es típico del proceso de idealización, un «proceso psíquico por

el cual estas cualidades y el valor del objeto son llevados a la perfección (...) siempre está muy marcada por el narcisismo, en el cual el objeto es tratado como el propio yo» (Laplanche y Pontalis, 1986).

La marca ONA SAEZ, en el año 2006 lanzó una edición limitada de un jeans utilizando la contratapa del diario *SI* de Clarín, el 15 de setiembre de ese año, donde la foto de Marcos López que aparece arriba propone ¿el fin? de las marcas, tal vez en consonancia con la propuesta de Naomi Klein (Klein, 2002) quien plantea la resistencia a las marcas globalizadas. Su hipótesis es que cuanto más conoce la gente cómo funcionan las empresas, la oposición aumenta. El grito «No Logo» en la canción del Indio Solari, hace referencia a este posicionamiento que, a la larga, se transformó en una nueva estrategia de las grandes marcas.

La marca que los profesionales extirpan, dice: «Pobres de aquellos cuya única marca personal es una marca de ropa. Esto es anónimo. Un jean para cortarla de una vez por todas con las marcas». Sin duda lo que está en disputa y se problematiza en el aviso no es otra cosa que la diferenciación social a través del consumo. La marca sin marcas, una utopía paradójica como garantía de una ambición de

diferencia que lo separa de otro. Así, la moda se genera como consecuencia de una cultura en construcción que, a la vez, es reforzada por la moda misma, en tanto acciones que definen un modo de «ser» jóvenes en los tiempos actuales.

¿Cuáles son las claves de esa cultura? Veamos:

1) *Vivencia holística del individuo*: Los jóvenes asumen la vida como multiplicidad de momentos que afrontan de manera específica tratando de que sea «rentable» sin buscar una coherencia o punto de encuentro obligado. Y ellos mismos se ven como un *collage* de habilidades, experiencias y sueños. Esto ha sido determinante para que tengan más dificultades para encontrar una trayectoria vital clara y única. La vida evoluciona rápido y ellos quieren hacerlo con ella: cambiar, no acomodarse ni estancarse, experimentar el mayor número posible de «vidas». Les cuesta optar por una única, excluyente e incierta. Todo esto ha determinado que sean muy plásticos y adaptativos, primando el valor del momento y la situación sobre un criterio de conveniencia.

2) *El día como extensión de la noche*: Tradicionalmente el día, en genérico, es el escenario del trabajo, esfuerzo, normas, y la noche es el territorio en el que esto se diluye y los jóvenes pueden apropiársela, jugar, arriesgar, experimentar, seducir y ensanchar su realidad fuera de las normas tradicionales. Pero el joven ha asumido que cualquier momento puede ser especial a lo largo del día, así que traslada a él las expectativas de disfrutar de un momento memorable, único, capaz de cambiarle la vida. De alguna manera su gran diferenciación frente al adulto es que éste organiza racionalmente sus espacios y el joven desarrolla una organización emocional. Está siempre en *on*. La tecnología y la autonomía que han ganado en todos los órdenes han ayudado mucho en este

aspecto. En la medida en que el adulto ha perdido control en el día del joven, éste lo va llenando más de sus deseos, intereses y preferencias y las posibilidades de Internet refuerzan esta tendencia.

3) *Memoria contrahistórica y personal*: fruto de la posmodernidad, los jóvenes tienen una pobre perspectiva de la historia y una mirada frustrante hacia las instituciones. Disfrutan de las ventajas del sistema social pero no lo sienten como algo propio. Las TICs han favorecido que uno tenga lo que quiere pero no encuentre lo que necesita. Estos rasgos han impactado en la construcción de un trayecto vital, en cierta falta de estima personal y en el conformismo juvenil. Se sitúa la singularidad de la persona como el centro de la persona y la sociedad. Son idealistas pero no comparten las ideologías socialmente establecidas. Se construyen filosofías de vida plásticas basada en los opuestos: me gusta-no me gusta. En definitiva, intentan organizar el mundo desde sí mismos.

4) *Ideologización del consumo*: A falta de referentes sociales, los jóvenes están caminando al mundo adulto basándose en el consumo. No sólo marcas, también actitudes. Todo esto ofrece beneficios emocionales, estéticos, de moda y de valor. Esto favorece que los jóvenes no sólo se muestren fieles a sus marcas sino que sean portavoces de su discurso.

5) *Ética adaptativa y presentista*: Los jóvenes no se suscriben a un concepto o patrón del bien y del mal absoluto en el plano de lo cotidiano. Obviamente sí hay normas básicas pero en cierta medida se guían por un pragmatismo social que redunde en el logro de sus objetivos.

6) *La frivolidad de la autoridad*: La experiencia de los jóvenes actuales les hace ser adultos «peterpanizados». Por ello han asumido a la autoridad como se la hemos mostrado. La autoridad de carácter adulto o institucional ni se acepta ni se comprende. Lo establecido

se vivencia como una imposición que no respeta sus deseos, como obstáculos que les impiden la autorrealización o la felicidad.

7) *Incontinentes emocionales*: El rechazo a la autoridad, los protocolos y las normas, así como la búsqueda de un yo constante en cada situación, los dota de una riqueza y sensibilidad emocional muy grande. Expresan sus sentimientos de manera impulsiva y directa. Su comunicación verbal y escrita está llena de expresiones de emocionalidad: superlativos, emoticones, interjecciones, onomatopeyas, risas, llantos, que tratan de transmitir cómo se sienten, cómo se sintieron ante algo. Es una generación ansiosa de reconocimiento grupal, indispensable frente al individualismo, y el desarrollo de identidades líquidas e inseguras.

Planteando una propuesta

Los jóvenes siempre han sido referencia de ideales altos, de compromiso por la verdad, la justicia, de entrega incondicional. Ante el vacío de propuestas en un mundo con «inflación de propuestas», podríamos intentar reflexionar lo que cada joven puede hacer, ya sea sólo o aprovechando de mediaciones, pero sin esperar que cambie el contexto más allá de lo que puede cambiarlo cada uno.

Aprender a discernir: esto es, «enfocar» correctamente las cosas y situarnos humanamente ante ellas. Si hay algo que se ha perdido en los jóvenes es la capacidad de discernir, lo que implica tener criterio, es decir, normas, valores y principios que ordenen el accionar. Así, en la Biblia se destaca numerosas veces el valor de esta característica en la personalidad: «La persona que compagina el conocimiento y el discernimiento controla lo que dice y es sereno de espíritu.» (Prv. 17: 27). Ese «patrón de conducta» que facilita distinguir qué es «bueno» y «malo» desde el punto de vista humano, será descubrir lo que Dios

quiere para cada uno en la mirada de un creyente. De alguna manera es «bajar un cambio» como dicen los jóvenes, frente al vértigo y éxtasis que propone la sociedad de consumo.

Construir una nueva cultura: Vivimos en una sociedad donde lo que era natural en la vida del ser humano, ha pasado a ser una «construcción cultural». Curiosamente se ha «reconstruido» el concepto de familia, de sexo, de género, la historia misma. Proponemos, en otros términos, «volver a las fuentes». Y esto no significa ser retrógrados o negar los avances de la humanidad. La cultura de la banalización de la vida, del relativismo en el que estamos inmersos, requiere de parte del joven la dura tarea de construir una nueva cultura. Esto implica algunas cuestiones a modo de tareas a realizar, a saber:

- Redescubrir lo gratuito.
- Valorar la contemplación y el silencio.
- Desarrollar en el propio modo de comportamiento propio la austeridad.
- Descubrir y hacer crecer una espiritualidad.
- Construir relaciones reales, vínculos para empatizar, conversar para hacer experiencia del otro.
- Servicio desinteresado a otro necesitado: son muchos los jóvenes que se enrolan en causas humanitarias a favor de la naturaleza, los problemas globales. La idea es proponer un paso más. Así lo manifiesta el Papa Benedicto XVI en su carta apostólica sobre la esperanza cristiana:

Sufrir con el otro, por los otros, sufrir por amor de la verdad y de la justicia; sufrir a causa del amor y con el fin de convertirse en una persona que ama realmente, son elementos fundamentales de la humanidad, cuya pérdida destruiría al hombre mismo (Encíclica *Spe Salvi*, 2007).

Desarrollar un nuevo sujeto: ante lo transitorio y superficial que genera fragilidad, implica apuntar al interior del joven, partir de sus experiencias y la reflexión que pueda establecer sobre ellas. Esto supone desprenderse de la necesidad del reconocimiento y de la legitimación a través de la moda, efímera en tanto se construye desde las limitaciones humanas. Encontrar la verdad en las cosas es encontrarse primero en uno mismo y en los demás.

El camino hacia la verdad completa compromete también al ser humano por entero: es un camino de la inteligencia y del amor, de la razón y de la fe. No podemos avanzar en el conocimiento de algo si no nos mueve el amor; ni tampoco amar algo en lo que no vemos racionalidad: pues «no existe la inteligencia y después el amor: existe el amor rico en inteligencia y la inteligencia llena de amor (*Caritas in veritate*, n. 30).

Si verdad y bien están unidos, también lo están conocimiento y amor. De esta unidad deriva la coherencia de vida y pensamiento, la ejemplaridad que se exige a todo buen educador (Idem).

Hay tres elementos centrales para lograr lo propuesto:

1) El acompañamiento de modelos de vida. Será necesario que los jóvenes vuelvan a encontrar los modelos de comportamiento y las personas concretas que fueron o son ejemplos a seguir. La fuente de formación para los jóvenes deben ser modelos de vida coherentes, personas que muestran un don de vivir que orienta la propia vida.

En este sentido, los jóvenes necesitan auténticos maestros; personas abiertas a

la verdad total en las diferentes ramas del saber, sabiendo escuchar y viviendo en su propio interior ese diálogo interdisciplinar; personas convencidas, sobre todo, de la capacidad humana de avanzar en el camino hacia la verdad. La juventud es tiempo privilegiado para la búsqueda y el encuentro con la verdad. Como ya dijo Platón: «Busca la verdad mientras eres joven, pues si no lo haces, después se te escapará de entre las manos» (Parménides, 135d) (Benedicto XVI, 2011).

2) El valor de la disciplina personal, la cual sólo se construye con pequeños actos de entrega o sacrificio –los mayores le llamaban templanza– que van forjando en la personalidad de cada ser humano la tolerancia a la frustración, la resiliencia, el descentrarse de uno mismo. Claro que este desprenderse va generando una pedagogía personal de los afectos, donde se aprende a poner el corazón en aquello que vale la pena y otorga con el paso del tiempo sabiduría en el sentido de saborear y gustar eso que va sucediendo en su vida.

Son los adultos coherentes los que deben ayudarles a reeducar la libertad. La primera libertad es establecer límites, algo que nuestra sociedad no les ha enseñado.

No es fácil reconocer y encontrar la auténtica felicidad en el mundo en que vivimos, en el que el hombre a menudo es rehén de corrientes ideológicas, que lo inducen, a pesar de creerse «libre», a perderse en los errores e ilusiones de ideologías aberrantes. Urge «liberar la libertad» (cfr. Encíclica *Veritatis splendor*, 86), iluminar la oscuridad en la que la humanidad va a ciegas.

3) La familia como punto de apoyo. Un pensador italiano, Francesco D'agostino (2002),

defiende al hombre como un «ser familiar». Esta verdad antropológica nos indica que la familiaridad es una dimensión constitutiva del ser del hombre, en tanto es en la familia en donde la persona adquiere su identidad subjetiva. La autenticidad de los miembros de una familia es el mejor incentivo para lograr el despliegue de las potencialidades individuales. El apoyo positivo y la aceptación afectuosa permiten los cambios deseados. La familia actúa como primer lugar de aprendizaje de la aceptación de la univocidad, esto es, el que cada uno sea único e irrepetible, con sus fortalezas y sus debilidades.

A modo de conclusión: ¿quién dijo que todo está perdido?

Por último, debemos decir que son muchos adolescentes y jóvenes que hemos podido conocer que muestran que no todo está perdido. Organizaciones no gubernamentales, proyectos de voluntariado, infinidad de tiempo libre donado a los que más lo necesitan muestran en la actualidad una juventud con ansias de sueños compartidos contruidos desde proyectos vitales trascendentes.

Una mirada acerca de los recursos, capacidades y potencialidades de los jóvenes hace falta. Necesitamos como sociedad construir y reconstruir a las nuevas generaciones desde lo que sí pueden dar. Creemos que marcarlos desde el estigma de «violentos», «rebeldes», «incapaces» y «etcéteras» no hace otra cosa que instalar la profecía autocumplida: obtenemos lo que presagiamos socialmente. Los jóvenes son lo que nosotros adultos queremos, porque nuestra mirada y percepción sobre ellos los constituye (Nexo, 2005).

Somos los adultos los que debemos hacer todo lo posible por otorgar espacios y posibilidades para que nuestros jóvenes puedan romper la inercia de un futuro signado por la cosifi-

ficación, el desempleo y la falta de educación. Son los jóvenes los responsables de ser valientes y plantearse proyectos vitales que entusiasmen a los que los rodean, más allá de las marcas y de identidades frágiles que reclaman aceptación y reconocimiento, en una cultura del esfuerzo, de la solidaridad, de la búsqueda de la verdad a lo largo de la vida que les toca.

Referencias bibliográficas

- Balián de Tachtaján, Beatriz. *Familia en Argentina, una aproximación a partir de los datos censales*. Buenos Aires: UCA, 2005.
- Benedicto XVI. Jornada Mundial de la Juventud. «Discurso a los profesores universitarios». Madrid, 2011.
- Binstock, G. «Transformaciones en la formación de la familia: evidencias de la Encuesta Anual de Hogares de la Ciudad de Buenos Aires». *VII Jornadas Asociación Argentina de Estudios de Población*, Tomo II, Buenos Aires: INDEC-AEPA, 2005, pp. 1065-1079.
- Braslavsky, C. «La juventud argentina. Informe de situación», CEAL, 1989.
- Cabella, W., Peri, A. y Street, C. «La Segunda Transición Demográfica en Montevideo y Buenos Aires Una contribución a su estudio desde una perspectiva biográfica», en Wong, L. (editora), *Población y salud sexual y reproductiva en América Latina*, Córdoba, 2008, pp. 33 a 53.
- Caritas in Veritate*, Carta Encíclica del Papa Benedicto XVI. Ed. Santa Sede, 2009.
- D'agostino Francesco. *Elementos para una filosofía de la familia*. Madrid: Edic. Rialp, 2002.
- Klein, Naomi. *No Logo*. Barcelona, Paidós, 2002.
- Laplanche y Pontalis. *Diccionario de Psicoanálisis*. Paidós, 2007.
- Machado A. y Gómez L. *Situación social de la juventud en el mundo actual*. Centro de estudios sobre la juventud. Santiago de

- Chile: Ed. U. Chile, 2008.
- Margulis, M. y Urresti, M. *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos, 2000.
- Margulis, Urresti. «Moda y juventud»; en *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones de la UBA, Biblos, 1996.
- Simmel, George. *Ensayos filosóficos*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Spe Salvi*, Carta Encíclica del Papa Benedicto XVI, 39. Ed. Santa Sede, 2007.
- Torres Jiménez D. et al. Grupo NEXO. *Ya lo sé todo, es sólo sexo*. Buenos Aires: Ciudad Nueva, 2005, Cap. 2.
- Veritatis Splendor*, Carta Encíclica del Papa Juan Pablo II. Ed. Santa Sede, 1993.