

Yo, **JOSÉ XAVIER MEJÍA GÓMEZ** C.I. **171582560-3** autor del trabajo de graduación intitulado: **"Jóvenes, cultura y globalización"**, previa a la obtención del título profesional de **ANTROPÓLOGO CON MENCIÓN EN ANTROPOLOGÍA SOCIOCULTURAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 16 de Agosto del 2013-08-16

José Mejía G.
José Xavier Mejía Gómez
C.I. 171582560-8

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR**

**Tesis para obtener el título de Antropólogo con
mención en Antropología Sociocultural**

Jóvenes, cultura y globalización

José Xavier Mejía G.

Agosto 2013

There's a new sun
Risin' up angry in the sky
And there's a new voice
Sayin' "we're not afraid to die"
Let the old world make believe
It's blind and deaf and dumb
But nothing can change
the shape of things to come¹

¹ The shape of things to come; The Ramones; Acid Eaters; 1993; Chrysalis Records, Ltd. / Radioactive Records Inc

AGRADECIMIENTOS:

En primer lugar debo empezar agradeciendo a los muchachos de Munn a los que entrevisté (Pablo, Álvaro y Mariela); quienes me ayudaron a recolectar datos e información muy valiosa para la investigación. También es necesario agradecer a la banda en general por haberme permitido estar en sus ensayos y conciertos. Es preciso mencionar que no hubiera sido posible para mí llegar a finiquitar esta investigación sin la guía y ayuda de Carolina Páez mi directora de tesis. Finalmente, agradezco a mis padres por todo el esfuerzo que han hecho por darme la educación y por ser también una guía en mi vida.

RESUMEN

La presente investigación consiste en analizar la dinámica que existe entre la relación de tecnologías de la comunicación y la cultura; pero partiendo de un estudio de caso realizado con la banda de Trip Hop quiteña llamada “Munn”. Aquí se estudiará como los cambios acaecidos por el desarrollo del capitalismo actual, bajo los términos del surgimiento de la globalización, mercado mundial, industrias culturales, etc., han generado nuevas posibilidades de producción y reproducción cultural en los grupos de jóvenes. Esto lleva a pensar en que ahora esta variable de la relación de la cultura con la globalidad genera nuevos espacios en donde se pueden conseguir elementos con los cuales se va a nutrir una identidad, que en este caso sería la de los grupos juveniles.

Por otro lado, y como se explica en la visión del posmodernismo, a partir de la implementación de las tecnologías de la comunicación dentro del diario vivir de las personas (y a grandes rasgos del desarrollo del capitalismo como sistema económico mundializado) ha surgido una nueva noción de espacio-tiempo social caracterizada por la instantaneidad e hipertextualidad del tránsito de la información. Esto ha tenido una serie de efectos dentro de las dinámicas de producción y reproducción cultural por lo que las ciencias sociales han volcado su mirada hacia este fenómeno. Finalmente lo que se pretende en esta investigación es hacer un análisis cultural del impacto de las tecnologías de la comunicación dentro de la consolidación de las culturas juveniles.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7-15
CAPÍTULO 1: POSMODERNIDAD, GLOBALIZACIÓN, TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y CULTURAS JUVENILES	16-17
1.1) Posmodernidad	17-23
1.2) Globalización	23-27
1.3) Tecnologías de la comunicación	27-32
1.4) Culturas juveniles	32-35
CAPÍTULO 2: CAPITALISMO, GLOBALIZACIÓN Y LA NUEVA PERCEPCIÓN DEL ESPACIO-TIEMPO	36-37
2.1) Munn	37-39
2.2) Globalización, mercado mundial, industrias culturales e internet	39-45
2.3) La nueva percepción de espacio-tiempo	46-49
2.4) Instantaneidad e hipertextualidad	49-54
2.5) Cultura y tecnología	55-58
2.6) El trabajo individual como consecuencia del capitalismo y su relación con las tecnologías de la comunicación	59-60
CAPÍTULO 3: CULTURAS JUVENILES, TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y CONTEMPORANEIDAD	61
3.1) Culturas juveniles	62-67
3.2) Las culturas juveniles y su relación con la globalización, el mercado mundial, las industrias culturales	68-72

y las tecnologías de la comunicación	
3.3) Identidades juveniles contemporáneas	72-79
CONCLUSIONES	80-86
BIBLIOGRAFÍA	87-90
LISTA DE ENTREVISTAS	90

INTRODUCCIÓN

A los catorce años de edad recibí mi primera guitarra; se trataba de una imitación de una Fender Stratocaster blanca. A la par que empecé a estudiar aquel instrumento, me introduje a mí mismo en el mundo del skate punk, género que para la época tenía su mayor auge en California más, sin embargo, en mi grupo de amigos tenía una gran acogida debido a sus letras inspiradoras y sobre todo juveniles. En ese entonces yo estaba en segundo curso del colegio y necesitaba con todas las fuerzas encontrar algo con que identificarme y que de alguna manera me significara una escapatoria para encontrar un espacio propio y con gente de mi edad. Ese algo era precisamente la música y el sinfín de géneros que desde los catorce años he ido descubriendo.

Después de dos años (es decir a los dieciséis), y con un mayor nivel de experticia en cuanto a lo que implica tocar la guitarra, conseguí entrar en mi primera banda de rock. Se llamaba Ikaira y estaba conformada por muchos de los amigos con los que compartía mi diario vivir. Esta banda me llevó a tocar no solo en varios bares de la ciudad de Quito sino que también salimos a dar conciertos en ciudades como Guayaquil y Riobamba; y además en eventos como el Ímpetu 2005. Además de los conciertos, grabamos un disco con cinco temas, la cual fue mi primera experiencia dentro de un estudio de grabación. Con el pasar del tiempo esta banda se disolvió; más yo, y junto a dos de los ex-integrantes de Ikaira, formamos otra banda de rock alternativo llamada Stereofobia. Stereofobia logró tocar en varios lugares de Quito. Esta banda no tuvo un largo tiempo de duración pero en el poco tiempo que tocamos conseguimos varias entrevistas en radios y periódicos de la ciudad. Ya para ese entonces yo me encontraba cursando los primeros años de la carrera de Antropología.

Aparte de las bandas en las que he participado también compuse música para una muestra en el Palacio de Cristal llamada Exposición temporal “Origen y Destino” para el Centro Cultural Itchimbia de septiembre del 2009 hasta abril del 2010. Así es como participé junto a Pablo Molina (guitarrista de Munn), en la composición de la música para dicha muestra museográfica. Para este proyecto Pablo y yo compusimos una secuencia de once minutos en la que utilizamos mi guitarra y además instrumentos musicales virtuales, a los cuales teníamos acceso gracias al internet y a los tan conocidos comerciantes informales

de software de afuera de la PUCE. Es entonces en donde toda mi historia pasada como músico y mis actuales interrogantes como antropólogo, me llevan a cuestionarme el hecho de qué implicaciones tiene con mi identidad, teniendo en cuenta que los elementos que la componen (clase, sexo, género, etc.). Es decir cómo mi historia de músico autodidacta y las tecnologías de la comunicación me habían dado las herramientas para seguir avanzando no solo en cuanto a los conocimientos de música sino también con respecto al manejo de estas herramientas multimedia que había usado para el proyecto del Palacio de Cristal. En ese momento no comprendí que esto llevaba detrás todo un proceso que evidencia el desarrollo del capitalismo actual entendido como sistema mundial, el cual vincula a las tecnologías de la comunicación y a las personas dentro de una especie de mundo globalizado sin fronteras gracias a las características de dichas tecnologías (instantaneidad, hipertextualidad, etc.).

Por otro lado, no solo me interesaba la interacción de la cultura y la tecnología sino que también me preguntaba si esto tenía alguna relación con mi condición de joven, en el sentido de qué surge de la relación de la juventud actual y las tecnologías de la comunicación. En esos días, y como resultado de andar en aquel eterno deambular por el ciber espacio del internet, llegaron a mis manos algunos trabajos de Sergio Balardini.

Recuerdo claramente que en uno de ellos decía que gracias a los juegos de video, a los que me había enfrentado de chico, esta generación de jóvenes por primera vez en la historia se encontraba mayormente capacitada para lidiar con la tecnología a diferencia de sus similares adultos quienes atónitos miran el funcionamiento de un Ipod o de un Smartphone (Balardini, 2002). Es así como se consolida esta inquietud en mí y de esta manera decidí formalmente hacer de este el tema de investigación de mi tesis de pregrado.

De la interacción de las tecnologías de la comunicación y las culturas juveniles surge un tema de índole antropológico porque, detrás se da una relación entre cultura y globalización que deviene en una dinámica, la cual está anclada al sistema económico mundial: el capitalismo. Sobre esta problemática es que decidí tomar a la banda quiteña Munn como sujeto de estudio puesto que en la primera etapa de composición de la banda se da una relación entre ellos y las tecnologías de la comunicación ya que estas les permitieron trabajar en sus canciones a pesar de que Mariela (quien es su vocalista) se encontraba fuera del país. Los integrantes de Munn que estaban en el Ecuador, trabajaban juntos en las

canciones para luego mandárselas a Mariela vía e-mail para que ella a su vez compusiera su parte y se las devolviera para que el resto de integrantes de Munn termine de acoplar los arreglos que Mariela había realizado.

Entonces esta relación entre los Munn y el internet (entendiéndolo no solo como medio para enviar información, sino también como un espacio en donde se encuentra material simbólico cultural transitando), habla de un proceso en el cual se está creando mundo en el sentido en que de esta interacción surgen identidades que van marcadas por las características de lo que trae consigo el hecho de estar inmerso en la globalidad.

Por otro lado un elemento que es decidor en cuanto a la interacción de la cultura y la globalización (y en fin el capitalismo como sistema económico mundial) es que de la globalidad que circunda a los jóvenes en la actualidad, los mismos están tomando elementos que les significa un capital simbólico cultural que al ponerlos a interactuar entre sí deviene en una suerte de identidad juvenil.

El objetivo principal de esta investigación es indagar sobre que hay detrás de la relación entre las tecnologías de la comunicación y las culturas juveniles entendiendo a esta dinámica como un proceso social, económico, político, tecnológico y cultural en el cual están enmarcados los jóvenes no solo de la banda Munn sino del mundo entero. Siendo más específicos, uno de los mayores intereses de la investigación es deducir, por medio del estudio de caso (es decir la banda Munn), si existe una nueva noción de espacio-tiempo entendida en términos de instantaneidad e hipertextualidad de la información y su influencia dentro de la constitución de las identidades o culturas juveniles. Por otro lado, y partiendo de estos cambios antes explicados, se pretende indagar sobre cuál es la incidencia de este tema en el marco de cómo se debe pensar a las culturas juveniles desde una perspectiva antropológica.

En cuanto a la metodología, se parte de la relación de la cultura, la globalización y las tecnologías de la comunicación como ejes que van a marcar la pauta sobre la cual se indagará y se aplicará las técnicas de la presente investigación. Para poder cumplir con este acometido se utilizará al método etnográfico el cual, en palabras de Guber (2001), constituye una aproximación que incluye una mirada reflexiva en torno a las evidencias

tomadas de las diferentes técnicas que se aplicarán en la investigación y de los conceptos teóricos de los cuales se parte a manera de preconcepciones en cuanto a lo que se cree intuitivamente que es el sujeto de estudio. Entonces, se indagará sobre la relación que tiene la banda Munn con la globalidad y que implicaciones tiene la misma entendiendo a los músicos de la banda como hacedores de cultura que toman de las industrias culturales a las que están expuestos, gracias a la globalidad, elementos para conformar un capital simbólico cultural y así, una identidad.

Ahora un tema que es importante recalcar es que el alcance etnográfico se hará a partir de mi propia condición como músico también; es por esto que la relación investigador y sujeto de estudio se llevará a cabo partiendo no solo de la información que se encuentra en el estudio de caso (la banda Munn), sino también de mi experiencia propia como músico entendida como una herramienta metodológica (en otras palabras mí Yo se convertirá en una especie de sujeto de estudio también). Esto implica un doble esfuerzo en cuanto a aquella reflexividad de la que hablaba Guber (2001) puesto que yo soy un nativo dentro de esta investigación por lo que tratar de aprehender esta problemática implicará también a su vez un encuentro conmigo mismo durante el camino que se recorrerá a lo largo de estas páginas. Todo esto se hace partiendo de una necesidad muy propia de rescatar lo que Joan Pujadas llama memorias individuales:

Durante décadas se ha tildado al humanismo metodológico de anticientífico, de subjetivista, y se le ha acusado de no ser capaz de encontrar explicaciones para el análisis de realidades complejas, especialmente en una época en que la realidad política y económica y la representación científica de esta realidad ponen un énfasis especial en la globalización y en las conexiones transnacionales y en los procesos de homogeneización cultural. Mientras los poderes mediáticos y mercantiles «globales» consolidan su hegemonía con un discurso universalista y unidireccional (es decir, etnocéntrico) aparece una reacción que se ha llegado a denominar síntoma biográfico, entendido como el interés creciente «por los procesos de la memoria individual, grupal y colectiva», una voluntad de rescatar «las historias particulares (de género, de clase, de país, de linaje) [que] tratan de abrirse paso a través de los discursos canónicos de la historia» (Marinas y Santamaría, 1993:11 en Pujadas, 2000, pág. 128)

La memoria individual en este caso sería la de jóvenes músicos quiteños adscritos a la escena de música alternativa, puesto que en un primer momento el motivo por el cual elegí

este tema de investigación fue el de dar voz a un grupo de jóvenes (grupo al cual también he pertenecido) pero partiendo desde la perspectiva del análisis antropológico. De esta forma pretendo conocer el mundo en el que he crecido y en el que aún sigo creciendo para poder hacer una alcance de hacia dónde vamos como sociedad.

Si se parte de lo que James Clifford (en Guber, 2001) propone al decir que la etnografía y su reflexividad están para compensar las asimetrías entre Occidente y el Otro, entonces en la presente investigación lo que se hará es ver cuánto de este flujo y circulación de información (Kearney, 1995) que transita por la globalización a manera de productos simbólicos elaborados por industrias culturales se están manifestando en la realidad no solo de los músicos de Munn, sino también en mi propia experiencia como músico y antropólogo; y a la larga como sujeto inserto dentro de una sociedad, que ocupa un espacio específico. En este sentido es necesario hablar de la variable de clase como un filtro que permea la relación entre capital e identidad al momento de la producción y reproducción cultural.

Es decir, se buscará tanto en mi persona como en los músicos de Munn esta relación con la globalidad que está constituyendo una manera de concebir al mundo y reproducirlo en prácticas culturales. En otras palabras el investigador (yo) y el sujeto de estudio estarán al mismo nivel en cuanto a que los dos proveerán de información etnográfica para la investigación. Esta visión parte de lo que Susan Street explica a continuación:

Ahora bien, la crisis de representación dirige la crítica no solamente a las formas que tienen los sujetos de representarse, sino también y fundamentalmente a los mismos investigadores, en tanto intérpretes de narrativas estructuradas no solamente por intereses institucionales específicos (y por clase, género y raza), sino sobre todo porque las interpretaciones son filtradas por sus propios eventos psíquicos, la mayoría de las veces inconscientes (Figlio, 1988 en Street, 2003, pág. 75). Alice J. Pitt (1998: 551) postula que, por esto, el problema de la representación es el problema de la autorrepresentación; por ello también Michael Herzfeld (1997: 181) ha definido la etnografía como “la realización social del yo”. Es en este punto donde la reflexividad se vuelve autorreflexividad y la etnografía, autoetnografía (Reed-Danahay, 1997 en Street, 2003, pág. 75). Los postestructuralistas han enfatizado la importancia de la reflexividad como una preocupación por cultivar una habilidad para interrogar las representaciones que construimos (Street, 2003, pág. 75)

Son precisamente estas inquietudes las que me llevaron a realizar esta investigación. Me propuse conocer cuáles son las implicaciones de ser joven pero partiendo de las características de mi identidad personal. Es decir que significa para un rockero, que ha cursado por la carrera de antropología y que además ha tenido la oportunidad de hacer música y presentarla a un grupo determinado de personas, estar en este mundo y así construir como actor y observador un discurso que pretende explicarlo; lo que en otras palabras sería una búsqueda por esta realización social del yo de la que se habla en el texto de Susan Street (2003).

Es por esta razón también que elegí al grupo Munn puesto que Pablo y Álvaro (y en general todos los integrantes de Munn) han sido músicos con los cuales yo he compartido escenario y también, en el caso de mi relación con Pablo, he compuesto música. A la larga se ve que todos nosotros hemos compartimos un mismo campo social si partimos de la concepción que Pierre Bourdieu tiene sobre este término:

El campo social se puede describir como un espacio pluridimensional de posiciones tal que toda posición actual puede ser definida en función de un sistema pluridimensional de coordenadas, cuyos valores corresponden a los de las diferentes variables pertinentes: los agentes se distribuyen en él, en una primera dimensión, según el volumen global del capital que poseen y, en una segunda, según la composición de su capital; es decir, según el peso relativo de las diferentes especies en el conjunto de sus posesiones (Bourdieu, 1985, pág. 283).

Entonces el introducir mi propia experiencia dentro del análisis etnográfico parte del hecho de haber estado, desde los 14 años, dentro de un grupo de jóvenes que compartían un campo social específico (en otras palabras un espacio dentro de la sociedad: la clase) que con el pasar del tiempo se convirtió en una interrogante de corte antropológico por mi parte. Gracias a que conocía de antemano a Pablo y a Álvaro no se me hizo difícil el tener acceso a los conciertos y ensayos de la banda Munn lo cual fue de gran ayuda al momento de realizar la observación participante. Mi propósito era indagar sobre la marcha aquellos elementos que me parecía tenían relación con la búsqueda de esta investigación, partiendo de la intuición que me permitía tener los ejes teórico/conceptuales (cultura juvenil, globalización, tecnologías de la comunicación, entre otros) con los que me acerqué al sujeto de estudio.

Esto significaba de cierta manera reflexionar en torno a aquello que veía durante la observación participante sabiendo *a priori* cuales eran las implicaciones no solo en cuanto a la visión antropológica sino también en cuanto a mi experiencia como músico. Es decir que una de mis herramientas claves para hacer un análisis hermenéutico de la realidad del sujeto de estudio fue el sentido común entendido como un filtro sobre el cual se debe reflexionar para poder extrañarme de mi mismo y tener así una herramienta más en torno al análisis etnográfico respaldándolo en los ejes teórico/conceptuales para así realizar un discurso que pueda articular tanto mi propia experiencia como la de los músicos de la banda con la teoría a la que se ancla la investigación y así realizar un análisis de corte etnológico

Ahora es importante hablar de la autoetnografía y la pertinencia de la misma con la presente investigación. Bellver Sáez (Bellver Sáez, 2001, pág. 255) define a la autoetnografía como una posibilidad de recreación y reinterpretación del contexto cultural en el que se construye la identidad particular de quien se presta a realizar esta clase de indagación. En esta investigación no se realizará una autoetnografía *per se* puesto que no solo se quiere explicar mi propia realidad como músico sino que se pretende utilizarla como una herramienta más para el análisis. Entonces aquí el elemento autoetnográfico cumpliría con la misión de enriquecer y problematizar aquello que se encuentra en el estudio de caso y que se pueda prestar para una reflexión en base no solo a la realidad particular del mismo sino también a mi propia realidad y generar así conocimiento antropológico. En otras palabras mi voz ayudará a describir este campo social en donde se está dando la relación entre nosotros los jóvenes, la globalización (dentro de esto se debe tener en cuenta a las tecnologías de la comunicación) y el capitalismo actual.

Por otro lado, y después de haber hecho varias prospecciones de campo, también se realizaron entrevistas estructuradas a Pablo, Mariela y Álvaro partiendo de que ellos al componer música están generando producciones y reproducciones culturales tomadas tanto del entorno del diario vivir como de su relación con las tecnologías de la comunicación y, a su vez, la globalidad. Para dichas entrevistas se elaboró un banco de 15 preguntas que aspiraban a indagar sobre el marco de los ejes teóricos/conceptuales de la investigación. Entonces las técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron la observación participante y entrevistas estructuradas.

En cuanto a la división de la tesis, la misma está compuesta por tres capítulos en cada uno de los cuales se cumplen distintas metas. En el primer capítulo se tratará el marco teórico/conceptual de la investigación. En el primer acápite del mismo, se tratará el tema del posmodernismo y las concepciones que se tienen desde esta perspectiva filosófica y su relación en cuanto a la aproximación cultural que se pueda hacer de la misma. Así se podrá dar una estructura epistemológica sobre la cual se anclará la investigación.

En el segundo acápite se tratará el tema de la globalización y sus implicaciones partiendo desde una perspectiva cultural. En esta parte del primer capítulo se definirá a la globalización y se hablará de la relación que esta guarda con las tecnologías de la comunicación. En seguida, en el siguiente subcapítulo, se explicará de qué manera se concibe a las tecnologías de la comunicación desde una perspectiva antropológica y que relación surge de la interacción de estas con las personas. Finalmente se hablará del concepto de cultura juvenil, el mismo que será contrastado, desde un punto de vista teórico, con la contemporaneidad.

En el segundo capítulo se tratará el tema del capitalismo, la globalización y la nueva percepción del espacio/tiempo. Para esto se dividirá al capítulo en seis partes. Este capítulo se analizarán las entrevistas y el trabajo de campo. En el primer acápite se hablará de la banda Munn; es decir se comentará como fue que está banda se consolidó y, también, el porqué de la importancia de haber visto en sus integrantes a muy buenos informantes. En el segundo acápite se hablará de la globalización, el mercado mundial, las industrias culturales y el internet. A breves rasgos lo que se pretende explicar es la relación de la tecnología y la cultura; y las implicaciones que deviene de este hecho. Luego se hablará acerca de qué consiste esta nueva percepción de espacio/tiempo y cómo la misma se manifiesta en los distintos espacios de la vida. A continuación se tratará el tema de la característica de la instantaneidad e hipertextualidad de la información lo cual deviene de dicha nueva percepción de espacio/tiempo. En el quinto acápite se indagará acerca de las posibilidades de reproducción cultural que permite la relación de las tecnologías de la comunicación con la cultural. Y finalmente se cerrará el capítulo con el tema del trabajo individual como consecuencia del capitalismo y su relación con las tecnologías de la comunicación.

En el tercer, y último, capítulo de esta tesis se trabajará el tema de las culturas juveniles, las tecnologías de la comunicación y la contemporaneidad. A breves rasgos en este capítulo se hablará del concepto de culturas juveniles y como el mismo se ha transformado gracias a los cambios que se explican en los capítulos anteriores. Para poder explicar de una manera clara se dividirá al tercer capítulo en tres partes. En el primer acápite se tratará el concepto de cultura juvenil. Es otras palabras, se pondrá a discutir a las diferentes visiones de dicho concepto para que de esta forma se lo pueda analizar partiendo de una perspectiva más amplia de cara a los siguientes acápites.

En el segundo subcapítulo se tratará el tema de las culturas juveniles y su relación con la globalización, el mercado mundial, las industrias culturales y las tecnologías de la comunicación. En ese sentido lo que se pretende es explicar lo que resulta de la interacción entre las culturas juveniles contemporáneas y la globalidad pensada como artefacto cultural. Finalmente, el último y tercer acápite tratará acerca de las culturas juveniles contemporáneas. Es decir que se discutirá sobre la base del hecho de que en la contemporaneidad no se puede hacer un análisis de las culturas juveniles sin cotejar este concepto con el sistema económico mundial: el capitalismo tardío. De esta manera se pretende explicar todo lo propuesto en la presente investigación.

CAPÍTULO 1

POSMODERNISMO, GLOBALIZACIÓN, TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y JUVENTUD

En este primer capítulo de la investigación se hará una evaluación teórica de los conceptos que constituirán la base de la misma. Este capítulo tendrá como misión ser el marco teórico sobre el cual se va a anclar la investigación. Para empezar se expondrá la que será la base filosófico/cultural del proyecto: el posmodernismo. El posmodernismo, al constituir una de las últimas corrientes filosóficas, ha indagado dentro del impacto que podría tener las tecnologías de la comunicación en la contemporaneidad desde una perspectiva filosófica pero, no por esto inadecuada para un análisis antropológico. Razón por la cual resulta ser útil para el tema a investigarse.

El siguiente tema a tratarse será la globalización. Para entender el concepto de globalización, se debe explicar que la misma tiene como motor de su dinámica a las tecnologías de comunicación; porque de estas depende el buen funcionamiento del mercado mundial. Esto se ancla a la visión posmoderna puesto que, como explica Fernando Ainsa el posmodernismo implica una progresiva desaparición de fronteras; generalización de comunicaciones; y cambios radicales de las formas de producción y circulación de los productos culturales nacionales (1996, pág. 22). Entonces cabe preguntarse ¿acaso esto no sería una explicación de la globalización como fenómeno social? Esto se explicará a medida que se desarrolle este acápite.

Habiendo explicado detalladamente estos dos puntos se continuará con la explicación de lo que son las tecnologías de la comunicación desde la óptica de la antropología y, en general, de las ciencias sociales. Dichas tecnologías se han convertido en un elemento común dentro de la vida de cada uno de nosotros. En la presente investigación se muestra que las tecnologías de la comunicación si han generado un impacto en la vida cotidiana; y es precisamente ese tema el que se indagará en este subcapítulo, desde una visión teórica.

Para finalizar, se tratará el concepto de culturas juveniles, sin embargo se dará mayor énfasis a las características teóricas señaladas en los subcapítulos pasados, para poder generar un diálogo entre los distintos autores y conceptos que se manejarán en la investigación. En este punto se entrará a indagar cuál es la relación que surge (desde la teoría) entre tecnología y cultura.

1.1) Posmodernidad

Desde hace unos treinta años han surgido una serie de autores que definen a la posmodernidad en base a ciertos cambios tales como: la pérdida de interés en la política; desencanto de la modernidad; el cambio de lo que se comprendía como familia tradicional; una autoridad paternal que cada vez es más cuestionada; la consolidación de la sociedad de consumo; los medios de comunicación como nueva posibilidad de socialización; la crisis de la hegemonía del sistema educativo; el cambio en la percepción del espacio-tiempo; visión problematizada de la tecnología; micro relato versus macro relato (Valenzuela, 1991) entre otros elementos más que constituyen a lo que aquí se llamarán "realidades posmodernas".

Antes de seguir con las características que constituyen a la posmodernidad se debe señalar que esta se puede definir de la siguiente manera:

"Las posmodernidades son reacciones y abandonos, son nuevas percepciones del mundo y de la vida, es el desvanecimiento de las certezas que reclaman redefiniciones a los retos actuales" (Valenzuela, 1991, pág. 175).

Por lo tanto es necesario pensar en la posmodernidad como algo que, más allá de funcionar a manera de realidad totalizadora, se manifiesta instantáneamente y en distintos lugares; generando así realidades específicas. Algo que se debe tener en cuenta es que "la posmodernidad es parasitaria de la modernidad, se alimenta de sus logros y dilemas" (Valenzuela, 1991, pág. 176). Estos lugares donde las "posmodernidades" se manifiestan son, precisamente, donde se siente con mayor fuerza los aspectos de los que la posmodernidad es parásita.

El desencanto de la modernidad como menciona Jürgen Habermas (citado en Valenzuela, 1991, pág. 168) constituye "un desencanto que asume múltiples rostros y rebasa al pesimista y lastimero mundo de las vanguardias, se interioriza en amplias capas

sociales o deambula como idioma de desconsuelo”, lo cual implica una especie de reconstrucción del mundo de vida de las personas. Este desencanto constituye el fin de los metarrelatos; del macroactor; de las vanguardias; de la realidad estructurada de la imagen de sociedad; de la interrelación de los procesos de lo real; del sujeto y de sus utopías (Valenzuela, 1991). El ser humano se está enfrentando a una etapa sin epistemes dictados por un deber ser fuertemente armado. Es decir ahora ya no todas las personas se rigen por la religión o por un partido político; sino que en la actualidad la gente busca un espacio para su propia voz, un espacio en donde se de paso a una ética de la que cada uno puede hacerse responsable y que puede manifestarse de diversas maneras; en otras palabras estamos frente a una nueva conformación de la subjetividad (este tema se tratará con mayor profundidad más adelante)

Por otro lado Marc Augé (1998) en cuanto al desencanto sostiene que “la posmodernidad afectará los mitos escatológicos” gracias a lo cual surge la primacía de los micro relatos frente a los macro relatos como medida de culto hacia la imagen. Por ejemplo, en el pasado, si alguien decía que era ateo se ganaba ese título y se hacía caer sobre él un juicio moral terrible. Ahora en la actualidad se ve a jóvenes que llevan camisetas con logos anticristianos y que pasan desapercibidos por entre las multitudes. Esto se debe a que si bien se vive en un culto a la imagen, la misión de cada imagen va a tener distintos espacios en donde ganará fuerza y adeptos.

Un claro ejemplo sería que si un joven que escucha punk ve en la calle a una chica con una camiseta de la banda de punk llamada Bad Religion (cuyo logo es una cruz blanca tachada por una franja roja), el joven verá con mayor detenimiento a aquella muchacha y también podrá dar como excusa de su identificación la camiseta de dicha banda que lleva puesta esta chica. Por otro lado el usar esta camiseta trae consigo todo un acervo en cuanto a las industrias culturales que están actuando dentro del capital simbólico cultural de aquella chica, lo cual la hace reconocible para aquel joven que atónito, al mirarla, piensa que aquellas industrias culturales (las cuales son muy suyas también) constituyen un plus para la chica que pasa sin darse cuenta del juicio del cual está siendo parte. Aquí se demuestra el hecho de que aquellos mitos escatológicos (en este caso el signo de la cruz tachada) ahora están por debajo de la imagen que pueda llevar consigo la industria cultural

a la cual se pertenece y que a su vez podía constituir una realidad específica entre el joven enamorado y la chica. Entonces aquí se estaría hablando de que se está construyendo una nueva forma de pensar la subjetividad la cual, como se ve en este ejemplo, puede tomar forma en el reconocimiento positivo de ciertas características que podrían llevar a un enamoramiento. Ahora cabe tomar en cuenta que esta subjetividad se construye en torno a nuevas condiciones.

Como figuración de la subjetividad contemporánea, el nómada es pues una entidad posmetafísica, intensiva, múltiple, que se desenvuelve en un red de interconexiones. El/la nómada no puede reducirse a una forma lineal, teleológica, de subjetividad sino que más bien constituye el sitio de conexiones múltiples. Está corporizado/a, y por ello es cultural; como artefacto, es un componente tecnológico de lo humano y posthumano; es un complejo dotado de capacidades múltiples para la interconectividad en el modo impersonal. El/la nómada es un ciborg, pero que cuenta además con un inconsciente. Es lo “mucoso” o “divino” de Irigaray, pero dotado de perspectiva multicultural. Es abstracto/a y perfecta, operativamente real (Braidotti, 2000, pág. 78)

Ahora, el hecho de que esa chica llevase esa camiseta de Bad Religion habla de estas interconexiones múltiples ya que no solo las características fisiológicas le resultan atractivas a este joven sino que también los elementos materiales con los que reviste su cuerpo. La subjetividad entonces vendría a ser un nexo en donde el capitalismo actual y la posmodernidad se juntan para generar una o varias realidades que, cómo lo explica Braidotti, genera esto que ella llama el sujeto nómada. Esta es precisamente una de las características de las que se hablará con mayor detenimiento en acápite de culturas juveniles, en el cual se tratará más el tema de la subjetividad contemporánea.

Otro de los elementos a tomarse en cuenta, debido a su relación con las tecnologías de la comunicación, es la percepción del espacio/tiempo en la posmodernidad. Esta percepción ha entrado en un momento de “crisis”, ya que ahora prepondera la instantaneidad y la hipertextualidad en cuanto a la manera en que podemos obtener información. Todo esto como resultado de los cambios que ha implicado el desarrollo del capitalismo entendiéndolo como sistema económico y político global (Harvey, 2010). Ahora para aclarar lo antes mencionado se debe prestar atención a que el capitalismo, según dice David Harvey (2010), está más interesado en construir símbolos e imágenes que le

permitan reproducirse. A manera de consecuencia aparece la tan ansiada instantaneidad ya que estos símbolos son manifestados en forma de imagen. Esta imagen, a diferencia de las épocas anteriores, está por encima del texto que lleva o no consigo. De ahí deviene el hecho de la hipertextualidad que reviste a la información a la que tenemos acceso. Una forma de entender el vínculo de posmodernidad y el capitalismo sería a través de representarlo como un rizoma en términos deleuzianos, debido a que el capitalismo del cual habla Harvey (en otras palabras el capitalismo de la acumulación flexible) genera un sinfín de vínculos en torno al mercado mundial, la globalización, las tecnologías de la comunicación, etc. Volveré más adelante al tratamiento del rizoma.

Un ejemplo claro es el logotipo de Coca-Cola frente al cual solo debemos pensar en el color rojo y negro para que se nos venga a la cabeza la imagen de una deliciosa bebida de estas, helada y con las gotas de agua cayendo por el contorno de su esbelto envase. La instantaneidad y la hipertextualidad de la información denotan la relación existente entre el capitalismo y la posmodernidad puesto que estas características son elementos constitutivos que se han tomado para caracterizar a dicho período histórico. Ahora se conoce al mundo a través de las pantallas, ya sean estas de televisión o de los ordenadores. Estas imágenes generan identidades en el mercado para poder establecerse dentro del mismo (Harvey, 2010); entonces surgen las industrias culturales y sus productos como elementos que generan conexiones de reconocimiento como en el caso del joven que se enamora de aquella chica que llevaba consigo la camiseta de Bad Religion

En este punto se hace necesario definir qué es el hipertexto, ya que las conexiones que se dan entre la información en internet tienen esta característica:

El hipertexto es una tecnología que organiza una base de información en bloques distintos de contenidos, conectados a través de una serie de enlaces cuya activación o selección provoca la recuperación de información (Díaz et al, 1996 en Bianchini, 1999, págs. 2)

En otras palabras el hipertexto tiene una cualidad rizomática (Deleuze & Guattari, 2002) la cual va generando conexiones distintas a través de una serie de bifurcaciones que producen así un sistema hipertextual.

Los sistemas hipertextuales están basados en un enfoque en cual el usuario tiene la posibilidad de crear, agregar, enlazar y compartir información de fuentes diversas, proveyendo la posibilidad de acceder a documentos de manera no secuencial a diferencia de sistemas de información más tradicionales en los cuales el acceso es naturalmente secuencial (Balasubramanian, 1995 en Bianchini, 1999, pág. 1).

Ahora esto no solo se aplica a lo referente a los textos en general sino también al funcionamiento de como las imágenes van entrelazándose, bajo esta lógica de sistema hipertextual, y generando así un camino por el cual recorrer dentro del flujo y circulación no solo de las imágenes sino también de la información en general. Cuando se habla de circulación, y por lo tanto de interconexión de la información, se entiende que esto implica el movimiento por el cual la información transita (Tsing, 2000). En cuanto al flujo de la información, el mismo enuncia a aquello que está circulando dentro del sistema hipertextual que caracteriza a la globalización contemporáneamente (Kearney, 1995).

Esta nueva concepción del espacio/tiempo en la posmodernidad implica ver al espacio como una categoría contingente al tiempo, es decir ahora el tiempo ha vencido al espacio (Ibídem, 2010) (Valenzuela, 1991). Una clara evidencia sería como ahora podemos hacer compras en páginas de internet cuyas tiendas se encuentran al otro lado del mundo. Ya no es necesario asistir físicamente a dichas tiendas para poder llevar a cabo transacciones mercantiles.

Otro elemento a tomarse en cuenta dentro de la nueva percepción del espacio/tiempo sería la instantaneidad que trae consigo la comunicación dentro de los chats de las redes sociales. Por ejemplo, ahora no importa, en términos de la posibilidad de comunicación, si alguien está en Helsinki y su mejor amigo se encuentra en Tijuana, debido a que estas dos personas tranquilamente pueden hablar en tiempo real y recibir información o comunicarse instantáneamente más allá de espacio que limitaría dicha comunicación. Este punto es uno de los elementos más relevantes si pensamos en que constituye a la “realidad o realidades posmodernas”. Además aquí se demuestra que no podemos pensar en la posmodernidad sin tener en cuenta al capitalismo, ya que este ha sido el que ha movilizado la mayor parte de los elementos que se están señalando aquí.

No obstante, el congelamiento del tiempo también se refleja socialmente en el campo de la percepción cotidiana y de la logística tempo espacial. En este sentido, la cultura contemporánea se caracteriza por el énfasis constante que pone en la representación visual; puede entenderse como el triunfo de la imagen o, alternativamente, como la decadencia histórica de la Galaxia Gutenberg. La cultura contemporánea vive en un estado constante de sobreexposición: fax, fotocopidora, mini cámara, antena satelital, PC, pantalla de correo electrónico y otros desarrollos de las telecomunicaciones han creado un mundo en el que no sólo las elecciones se ganan en la televisión y donde la visibilidad es un imperativo (Braidotti, 2000, págs. 96-97).

Una vez más se puede ver cómo es que el capitalismo a través de sus herramientas, en este caso las tecnologías de las comunicación, genera una serie de características las cuales se toman por parte del pensamiento posmoderno para poder explicarlas y asumirlas como constitutivas de una realidad o, como se cree en esta investigación, de varias realidades o posibilidades de posmodernidad.

La condición posmoderna trae consigo otras características también relevantes tales como la individualización:

“La condición posmoderna, con la inherente caída de los grandes relatos que esta significa, trae consigo una individualización de la noción de estado, es decir ahora no se habla de masas colectivas sino de átomos que aparecen en lo cotidiano reclamando un espacio” (Augé, 1998, pág. 36).

Como consecuencia de esto Augé (1998) propone que la posmodernidad debe entenderse como algo que se manifiesta en ciertos sectores más no como una realidad global totalizante. Es decir la posmodernidad es algo que surge como crítica de la modernidad pero desde dentro de y hacia sí misma. Aquí se vuelve necesario mencionar que se trata al tema de realidades posmodernas puesto que esta investigación toma lugar en un país latinoamericano: Ecuador; y por lo tanto no es la única realidad que coexiste en esta parte del mundo. Es decir que se hace énfasis a la heterogeneidad de la realidad latinoamericana en todo su marco contextual (político, económico, cultural, etc.) para no opacar ciertos otros elementos que podrían coexistir en estos lugares.

Esto trae consigo otro tema que es frecuentemente investigado en la actualidad; la peculiar fragmentación que caracteriza a las identidades, y a la larga a la conformación de

la subjetividad. Se tilda de peculiar a esta fragmentación debido a la excesiva heterogeneidad que posee, ya que se manifiesta al nivel de la coexistencia de varias percepciones ideológicas ramificadas y que no buscan generar un corpus grande sino, más bien, pequeños grupos los cuales se fijan en elementos particulares de cada expresión ideológica. Para ver con mayor claridad es necesario analizar cómo se manifiestan estas ramificaciones. Por ejemplo antes se hablaba de los rockeros; estos eran personas que escuchaban rock n roll y vestían de cierta manera particular (vestimenta de colores oscuros y sobre todo negro, el uso de aretes en hombres y mujeres en lugares no muy frecuentes, etc.). Ahora, en la actualidad, aquellos quienes escuchan rock ya no se hacen llamar rockeros sino que su identidad lleva el nombre de la ramificación que ha tomado el rock: es decir ahora hay punkeros, heavy metaleros, gente grunge, post-punkeros, hipsters, etc.

Otro punto a tomarse en cuenta de la condición posmoderna es la relación con las tecnologías de la comunicación que trae consigo. El día de hoy la información desborda a los jóvenes (quienes son los que están más vinculados con las tecnologías de la comunicación); lo cual recubre a la internet de cierto sentido de libertad (Balardini, 2006).

Antes de seguir adelante cabe hacer un alto y ver, a manera de resumen, como los elementos anteriormente mencionados confluyen generando los espacios o realidades posmodernas:

“Posmodernidad como progresiva desaparición de fronteras, generalización de comunicaciones y cambios radicales de las formas de producción y circulación de los productos culturales nacionales” (Ainsa, 1996, pág. 22).

Aquí se ve cómo es que funciona la fragmentación de la que se habla en los párrafos anteriores, en vista de que se explica claramente cómo las industrias culturales y en general, la cultura de masas, atraviesa no solo las fronteras sino también a las personas. En este punto la investigación se ve totalmente enfrentada al concepto de globalización del cual se va a hablar en el siguiente subcapítulo.

1.2) Globalización

Se debe advertir que en la actualidad un elemento que se nutre de las tecnologías de la comunicación para su propia reproducción es la globalización. Es necesario entender a la

globalización como un proceso que se acelera con la implementación de las nuevas tecnologías, desde comienzos del siglo XX, ya que las tecnologías de la comunicación funcionan como vehículo para que la globalización se desarrolle y constituya una nueva posibilidad de socialización en el marco del sistema capitalista en el que funcionan (Harvey, 2010).

La globalización en términos de Sergio Balardini implica:

“...la reelaboración de lo “propio”, “debido al predominio de los bienes y mensajes procedentes de una economía y una cultura globalizadas sobre los generadores en la ciudad y la naciones a las que se pertenece”... redefinición del sentido de pertenencia e identidad, “organizada cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores” (Balardini, 2002, pág. 5).

Junto con la globalización y como herramienta de reproducción de la misma viene lo que se conoce como mercado mundial (Pérez-Tapia & Flores, 2011). El mercado mundial y la globalización son elementos del capitalismo actual que tienen la función de buscar un espacio en el cual el capital en general pueda reproducirse a escala mundial. Como consecuencia del surgimiento del mercado mundial las industrias culturales han puesto sus productos dentro de sus flujos y dinámicas (Horkheimer & Adorno, 1998), los cuales se han visto movilizados, generando así la entrada de lo extranjero dentro de las fronteras nacionales (Ainsa, 1996). De esta manera ha surgido un tinte de hibridación en las distintas formas culturales que se manifiestan dentro de las ciudades, pueblos, etc. (Schmidt, 2002/2003), debido a que las personas no solo nutren su identidad de lo que toman de la globalidad sino también de las relaciones personales a las que están expuestas en espacios locales.

Por otro lado la entrada de las industrias culturales que se da a través de las tecnologías de la comunicación hace posible que la multiculturalidad esté presente dentro de la globalidad (Ibídem, 1996). Un claro ejemplo son las propagandas de United Colors of Benetton en las cuales se ve a un niño asiático que está en los brazos de dos mujeres: una blanca y rubia; y otra afro descendiente. Estas propagandas son distribuidas a lo largo del mundo a través de los espacios en los que la globalización se reproduce como por ejemplo los medios de comunicación y también centros comerciales.

The land surfaces of the earth are mostly divided into national territories, Globalization as used herein refers to social, economic, cultural, and demographic processes that take place within nations but also transcend them, such that attention limited to local processes, identities, and units of analysis yields incomplete understanding of the local. In other words, we are dealing with “the intensification of world-wide social relations which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (38:64 en Kearney, 1995, pág. 548). Furthermore, implicit in this idea is the assumption that globalization is deepening. [...] One is tempted to say such displacement is from center to periphery, but as discussed below, globalization implies a decay of that distinction (Kearney, 1995, pág. 548).

Ahora se debe entender a la globalización como el alcance territorial máximo del capital (Pérez-Tapia & Flores, 2011). El capitalismo como sistema económico mundial ha migrado de sede en sede según donde ha ubicado su matriz. Ahora en la actualidad, el capitalismo, después de haber migrado y haberse constituido a lo largo de la mayor parte del mundo se ha quedado sin espacio para poder seguir reproduciéndose, es por esto que la globalización ha generado un mercado de alcance mundial el cual se reproduce gracias a las tecnologías de la comunicación (Harvey, 2010; Pérez-Tapia & Flores, 2011). Por lo tanto si se pregunta qué es la globalización se debe entender que la misma implica un proceso que, después de que el mercado mundial, las tecnologías de la comunicación y las industrias culturales se consolidan dentro de una lógica de flujo y circulación dentro de un mismo espacio el capitalismo debe reinventarse para seguir funcionando pero bajo estas nuevas dinámicas y que además tiene consecuencias ya no solo económicas sino también políticas, culturales, etc. Para poder ver más claro como se ha dado este proceso se debe explicar que el insertarse en la globalización constituye, de cierta manera, subordinar la producción local al mercado mundial. Por eso no es raro ver que los mejores productos agrícolas, o cualquier que estos sean, se van al extranjero sobre todo en países en vías de desarrollo.

Antes de seguir adelante es importante definir que la globalización es un proceso por el cual el capital crea un sistema basado en la existencia objetiva de un mercado mundial (Pérez-Tapia & Flores, 2011), el cual está movilizado por las tecnologías de la comunicación las cuales generan las realidades posmodernas en ciertos espacios como los centros comerciales, el internet, etc. Sin embargo, la globalización específicamente lo que hace es catapultar la diversificación de las identidades a partir de la relación que estas

guardan con las tecnologías de la comunicación en tanto que de las mismas se toman parte de los productos culturales que dichas identidades traen consigo y que pasan a ocupar un espacio específico dentro del mercado mundial. Ahora lo que se pretende explicar es que la globalización es un escenario en el cual pueden existir diversos mercados pero que lo que los junta es la lógica en la que deben funcionar, ya que utilizan el mismo medio de transporte (las tecnologías de la comunicación) y por lo tanto se atan a las características que este medio les impone.

[...] la producción hegemónica ya no gira en torno al trabajo material, es decir, ya no se funda en el sector industrial y en sus aparatos disciplinarios. La fuerza de trabajo hegemónica hoy día no está compuesta por trabajadores materiales sino por agentes capaces de producir y administrar conocimientos e informaciones. Con otras palabras, la nueva fuerza de trabajo en el capitalismo global se define por su «capacidad de manipular símbolos». Esto no quiere decir, solamente, que los computadores y las nuevas tecnologías de la información forman parte integral de las actividades laborales de millones de personas en todo el mundo y que la familiaridad con estas tecnologías se convierte en un requisito fundamental para acceder a los puestos de trabajo; significa, más aún, que el modelo de procesamiento de símbolos, típico de las tecnologías de la comunicación, se está convirtiendo en el modelo hegemónico de producción de capital (Castro-Gómez, 2005, págs. 80-81).

A continuación se explicará cómo la globalización tiene también las características de la posmodernidad. La globalización, al igual que las realidades posmodernas, también se sirve de los cambios en la noción espacio-temporal, entendida como instantaneidad:

“Así, la instantaneidad soporta la globalidad, en el sentido de que, en ausencia de distancia física y técnica, la comunicación se puede establecer, indiferentemente, con cualquier punto de la aldea global” (Bericat, 1996, pág. 104).

El soporte que implica la instantaneidad en cuanto a la globalidad radica en la relación que esta guarda con las tecnologías de la comunicación gracias a que las mismas son las que posibilitan dicha instantaneidad.

Con esta noción de espacio-tiempo viene la peculiar característica del espacio como realidad fragmentada en donde las identidades van encontrando sus espacios de reproducción o espacialidades diferenciadas (Harvey, 2010):

“Se trata de una sociedad fragmentada, asocial; sus integrantes se comportan como átomos que han elegido romper el contacto con el resto de su comunidad, siendo el acto de intercambio –el Mercado- el único espacio de interacción posible entre estos individuos” (Pérez-Tapia & Flores, 2011, pág. 3)

A partir del posmodernismo y la globalización surge una relación particular dentro de los grupos de jóvenes con las tecnologías de la comunicación. Pero antes de explicar esto se debe aclarar el surgimiento de una nueva idea de subjetividad marcada de antemano por la tecnología. La fragmentación tiene implicaciones culturales a nivel de la construcción de identidades debido a que las nuevas tecnologías (tema que se tratará más adelante) generan relaciones interpersonales dentro de un nuevo espacio producido por las mismas (Ainsa, 1996)

1.3) Tecnologías de la comunicación

Las tecnologías de la comunicación son la vía de tránsito por la cual el mercado mundial y, concretamente la globalización, pueden reproducirse a sí mismas. Estas a su vez tienen un impacto a nivel cultural. En el presente subcapítulo se explicará cuál es el funcionamiento de las tecnologías de la comunicación y cómo estas afectan al ámbito cultural en el que se desarrollan.

Antes de avanzar en la explicación de la relación de tecnología y cultura se debe aclarar en qué consisten las nuevas tecnologías de la comunicación. Estas tecnologías de la comunicación constituyen lo que Roberto Díaz Cruz (1995) llama SST (Sistema sociotécnico):

“Para Hughes un sistema sociotécnico (en adelante SST) está conformado por componentes heterogéneos en acción continua (...) Los SST son abiertos, incorporan nuevos componentes o excluyen de continuo a los viejos, su construcción es generosa en conflictos y problemas, y conforman entidades con propósitos” (Díaz Cruz, 1995).

Los SST son manifestaciones tecnológicas específicas que responden a un contexto que implica ciertas necesidades. Es por eso que en este SST, las tecnologías de la comunicación han generado cierto impacto dentro de varios niveles: cultural, político, económico, etc. Un ejemplo del impacto que están teniendo las tecnologías de la comunicación es la nueva ley

llamada SOPA², la cual fue un hecho que tuvo una gran atención dentro de los medios periodísticos. Dicha ley cumple con controlar cierto flujo de información dentro del internet que puede estar en contradicción con elementos como el derecho de autor que la ley estadounidense (o en otras palabras el sistema capitalista) defiende. Como resultado de esta ley el sitio web MEGAUPLOAD fue cerrado por el FBI aduciendo que esta página había cometido un delito al significar una gran cantidad de pérdida de dinero en cuanto a los derechos de autor. Este portal de internet cumplía con la función de alojar archivos de cualquier tipo. Es decir que si alguna persona deseaba colocar en esta base de datos una película lo podía hacer; y por otro lado, cualquier otra persona a lo largo del mundo podía descargarse esta película gratuitamente con tan solo escribir el nombre de dicho largometraje en cualquier buscador de internet. Los dueños de MEGAUPLOAD fueron sometidos a juicio ya que cometieron un acto ilegal. Con este ejemplo se ve claramente como la implementación de una nueva SST puede generar conflictos dentro de la estructura social, política, cultural, etc. del mundo entero y que además demuestra que dicho proceso puede ser vulnerable a cambios drásticos con el fin de mantener un orden dentro de su evolución.

Entonces se puede ver que para que se dé un proceso por el cual se añade un nuevo SST tiene que haber una red de relaciones sociales, culturales, políticas y tecnológicas que van marcando el devenir del desarrollo de la humanidad. Estos SST pueden dotar de cierta simbología a cualquier elemento en general; lo cual es parte del proceso de consolidación de la misma si hace referencia a la simbología.

Se debe tener en cuenta que las estructuras políticas y económicas son relevantes en los procesos constitutivos de un SST (Ibídem, 1995, pág. 34) por lo cual no es raro ver la influencia que ha tenido el capitalismo como sistema mundial dentro del desarrollo de las tecnologías de la comunicación y su expansión a través de todo el mundo (Harvey, 2010).

En este punto se demuestra que la tecnología a la par que se va constituyendo va, también, construyendo sociedad, por lo que se hace importante recalcar que el internet y las

² La ley SOPA, que por sus siglas en inglés significa Stop Online Piracy Act, es un proyecto de ley estadounidense que pretende expandir las capacidades de control del tráfico de contenidos con derechos de autor y bienes falsificados a través del internet.

computadoras no implican una amenaza deshumanizadora (Díaz, 1995). Más bien son un desarrollo para la humanidad en cuanto a la posibilidad que esta tiene para mantenerse en contacto. Por otro lado las tecnologías de la comunicación son las que han dado paso a lo que se conoce como las “realidades posmodernas”. Esto gracias a que (y aquí se ve el vínculo que existe con los dos temas tratados anteriormente), las tecnologías permiten que se den ciertos cambios que contribuyen a crear las llamadas “realidades posmodernas” en donde la modernidad se mira, a sí mismo criticándose y quejándose de su supuesta vacuidad.

En este punto cabe mencionar que un SST viene acompañado de lo que Roberto Díaz Cruz (1995) llama “ingenieros heterogéneos” los cuales son el contingente humano que ayuda a consolidar las tecnologías de la comunicación. Sin embargo aquí es importante advertir lo que Sergio Balardini (2006) menciona con respecto a las tecnologías de la comunicación y los jóvenes. Según este autor, son los jóvenes los más capacitados para manejar la tecnología en general en la época actual lo cual, según el punto de vista de la presente investigación, es un cambio drástico en la humanidad, ya que siempre habían sido los adultos los que manejaban e instruían a los jóvenes dentro del manejo de la tecnología.

Pero antes de seguir con el impacto de las tecnologías de la comunicación dentro de la cultura se debe explicar cómo es que las mismas han surgido y desde dónde vienen. Como primer elemento a analizar se debe tener en cuenta la relación que surge de la aparición de las Personal Computers (PC) y la Red dentro de la vida cotidiana de los jóvenes:

“El ordenador aporta el componente individualista, y supone una clara extensión operativa del organismo humano. La Red, componente bolista y relacional de la nueva sociedad” (Bericat, 1996, págs. 104).

Como una nueva expresión de un nuevo SST, la relación de la tecnología y la cultura surge primero con la aparición de las PC y luego con el internet. A partir de ese momento aparece la Red como un nuevo espacio en donde los jóvenes encuentran otra posibilidad de socialización además de los ya existentes (como bares, centros comerciales, etc.) y que además está revestido por las características típicas, como se mencionó anteriormente, de lo que son las “realidades posmodernas”. Es decir el marco sobre el cual se ancla la relación

de tecnología y cultura potencia las características de una nueva noción de espacio-tiempo; la instantaneidad; la hipertextualidad; etc.

Sin embargo las nuevas tecnologías implican una nueva forma de comunicación, pero no como algo que va a reemplazar a las formas de comunicación anteriores sino como una posibilidad de articular dichas maneras de comunicarse (Bericat, 1996). A esta nueva sociedad Eduardo Bericat Alastuey llama “sociedad de la infocomunicación”:

“Aquí, en sentido estricto, tan sólo consideraremos Sociedad de la Infocomunicación a aquella sociedad que utilice, tanto intensiva como extensivamente, los ordenadores informáticos y las redes telemáticas” (Bericat, 1996, pág. 101)

Entonces se hace evidente que esta sociedad está mayormente constituida por jóvenes con acceso a ordenadores y a redes telemáticas partiendo de que son ellos quienes están más expuestos a las tecnologías de la comunicación. Por otro lado la “sociedad de la infocomunicación” está marcada por tres vectores de cambio: el vector tecnológico; el vector cultural; y el vector social (Bericat, 1996, pág. 100). Esta investigación se centrará con mayor énfasis en el cambio que se ha dado dentro del vector cultural. Para empezar con este análisis de cambio cultural se debe señalar que el estar enfrentado a un ordenador diariamente significa un cierto grado de individualización, como se explicó en párrafos anteriores.

Este espacio de los ordenadores, los cuales permiten acceder a un sinnúmero de información proveniente de cualquier parte del mundo, está marcado por un nuevo idioma el cual es la digitalización de dicha información (Ibídem, 1996, 101). La mayor parte de la información digitalizada está dirigida a mantener la estructura de imágenes que, a través de perdurar en el tiempo, mantienen el funcionamiento del capitalismo, y específicamente el mercado mundial (Harvey, 2010).

Volviendo a la relación entre las personas y los ordenadores cabe señalar que el estar todos los días frente a una pantalla implica de cierta manera enfrentarse a uno mismo por lo que la idea de la individualización se hace clara en este punto (Bericat, 1996). El enfrentarse a uno mismo se puede ver en el hecho de que, por ejemplo, cuando uno abre una cuenta en alguna red social (Facebook, Twitter, MySpace, etc.) está creando una

representación de sí mismo. Por lo tanto cada cual, dentro de estas redes sociales, presenta de sí mismo lo que quiere o le conviene, teniendo en cuenta las repercusiones que le puede significar con sus pares; pero siempre partiendo de la idea del yo que otro ve en la red social.

Para poder seguir adelante es necesario advertir que la naturaleza de las redes telemáticas tienen las siguientes características: 1) Instantaneidad o comunicación en tiempo real; 2) Interactividad o comunicación en tiempo real; 3) Virtualidad o amplitud en tiempo real; 4) Unicidad o integración en tiempo real (Bericat, 1996, pág. 103). Estas características son la clave para estudiar el impacto a nivel cultural que tienen dichas tecnologías de la comunicación debido a que están presentes en el día a día de las personas.

Estas cuatro características se las puede vislumbrar en los foros que existen de diversos temas. En mi experiencia personal, en cuanto al aprendizaje autodidacta de la guitarra (lo llamo autodidacta debido a que no pasé nunca por una instrucción académica formal) y todos los elementos técnicos que circundan este arte, me vi varias veces obligado a recurrir a los foros en internet para resolver problemas que se me presentaban a veces unos pocos días antes de un concierto. Entonces para un concierto en el que tenía que tocar yo me había comprado un nuevo artefacto que procesa la señal de la guitarra dándole un efecto al sonido que sale por el amplificador. Ahora estos procesadores tienen que ser conectados en un cierto orden específico porque este orden altera el sonido que se va a escuchar fuera del escenario. Yo no sabía cuál era el orden en que debía conectar estos aparatos por lo que tuve que recurrir no solo a un foro de cuestiones técnicas en cuanto al uso de estos pedales de guitarra sino a varios. En todos y cada uno de los foros que encontré, escribí cuál era mi inquietud y después de unos pocos minutos me vi abrumado por un sinnúmero de respuestas con respecto al manejo y uso de estos artefactos. Con este sin número de respuestas que tuve en los diferentes foros se puede ver cómo es que actúa la instantaneidad e interactividad dentro de las redes telemáticas; por otro lado, en el hecho de haber podido navegar por el internet buscando foros en donde hablasen de este tema se puede ver la virtualidad y la unicidad en tiempo real que caracteriza a las tecnologías de la comunicación. Ahora se ve que el navegar por el internet tiene sus propias características tal cual como si se tratara de una señalética dentro de una carretera.

Debido a las características antes mencionadas, el mundo como representación simbólica se renueva a la luz de la sociedad de la infocomunicación (Bericat, 1996, pág. 110). Es decir, los espacios que antes tenían un cierto revestimiento simbólico ahora han densificado su simbología, ya que son los lugares en donde las industrias culturales se reproducen (como por ejemplo el Madison Square Garden, el escenario de Glanstobury, estadios deportivos como el de Wembley, etc.). Antes de seguir adelante con el análisis se debe explicar en qué consiste el concepto de culturas juveniles para poder dar paso a la indagación sobre la relación que estas guardan con el posmodernismo, el capitalismo, la globalización, etc.

1.4) Culturas Juveniles

El concepto de juventud ha sido un tema de gran debate no solo dentro del área de la antropología sino también, en general, en las ciencias sociales. Este tema surge a partir de los episodios como los de mayo del 68 en donde los jóvenes estudiantes franceses se levantaron reclamando un espacio dentro de la sociedad como un grupo que, igualmente, está siendo parte de la construcción cultural en general. Esta temática empieza a ser tratada a partir de una visión crítica en pos de entender estos reclamos que venían apareciendo después de que la Segunda Guerra Mundial se acabó.

Además de que los jóvenes empezaron a ser reconocidos enseguida de la instauración de la sociedad industrial moderna; en donde estos surgieron como actores sociales debido a que entraron a ser parte de la fuerza laboral gracias a los procesos de escolarización a los que se vieron adscritos. Ahora bien antes de ver cuál es la relación que el concepto de culturas juveniles hoy en día tiene con las tecnologías de la comunicación, se hará una breve revisión del mismo y sus implicaciones.

En primera instancia el concepto de juventud debe ser entendido como una metáfora que involucra un discurso contradictorio debido a que, por un lado, se piensa en la juventud como una etapa hermosa en donde prima la belleza, el potencial sexual, etc.; también se la califica a la vez como un punto en donde las personas son vistas como irresponsables y arrebatadas (Zebadúa Carbonell, 2008). En este sentido la juventud constituye una construcción social que se debe analizar partiendo del contexto que se está investigando.

Este concepto tiene sus propias dinámicas y mucho más ahora en la contemporaneidad, debido a que los jóvenes tienen cada vez más espacios en donde reproducir sus expresiones culturales.

El concepto de culturas juveniles debe ser entendido como un constructo que mira a este grupo como un sujeto al cual hay que encasillar bajo ciertas normas para que puedan entrar, más tarde, a la vida adulta y así a la sociedad como ciudadanos inscritos en el statu quo. Por esta razón es que los jóvenes ahora pasan cada vez más por mayores procesos de escolarización para poder prepararse y ser autosuficientes dentro de la sociedad capitalista.

“En todo caso, a ese conjunto de personas que tiene, en común tan solo una edad específica y la cual se le asigna una definición estratégicamente requerida para mantener el estado de las cosas y seguir reproduciendo los mecanismos que hacen posible la hegemonía de los espacios que detentan el control” (Zebadúa Carbonell, 2008, pág. 48).

Como consecuencia de lo que se menciona en la cita anterior se niega (o mejor dicho se ha negado) la participación social a los grupos juveniles ya que su estado de preparación para el “mañana” no les hace, ante los ojos de la institucionalidad, idóneos para ser una parte proactiva de la sociedad. De aquí en adelante se debe pensar en el concepto de culturas juveniles teniendo en cuenta los siguientes elementos:

“Desde esta óptica, la juventud es una construcción cultural que es relativa en el tiempo y en el espacio. No existe un parámetro universal para definir y delimitar el concepto, porque las diferencias entre lo joven y lo no joven no se precisan a partir de un paradigma social y cultural único, así como tampoco los mecanismos para atemperar él o los conflictos generados en la permanente dialéctica entre lo que se denomina el “mundo adulto” y el “mundo joven” (Ibidem, 2008, pág. 62).

Antes de seguir adelante, y habiendo entendido que la juventud se debe contextualizar, es necesario hacer un análisis bajo el eje de clase social³ debido a que el mismo delimita muchas de las prácticas (sociales, culturales, económicas, etc.) de los jóvenes. Dependiendo de la clase los jóvenes van a caracterizar sus actividades ya que si se trata de personas con bajos recursos se hace casi evidente el hecho de que su meta no va a ser la escolarización

³ Se debe recordar que en la investigación se conceptualiza a la clase social en base a la relación entre el capital cultural y la base material con el uso, acceso y consumo de los mismos en pos de generar una identidad.

sino más bien insertarse rápidamente dentro del mercado laboral. Por otro lado en cuanto a los jóvenes de estratos altos su meta será una escolarización que es cada vez más larga. Aquí cabe resaltar algo y es que esta investigación se centra en grupos juveniles de clase media, por lo tanto se verá, más adelante, que la meta de estos será la de entrar la universidad (en muchos casos fuera del país de origen) y obtener lo más rápido posible la mayor cantidad de títulos que les esté a su alcance.

Después de haber explicado en que consiste el concepto de juventud es hora de empezar a contrastarlo con la influencia que implica la relación de los jóvenes con las tecnologías de la comunicación. Un primer punto que se debe señalar es que la entrada de las tecnologías de la comunicación en las dinámicas sociales ha generado un cambio no solo para los jóvenes universitarios puesto que en las escuelas y colegios también se incentiva el uso de las tecnologías de la comunicación. Estas tecnologías, que en este caso específico sería el internet, al ser un territorio virtual, es decir sin control de los adultos⁴, constituye un espacio en el cual los jóvenes y adolescentes se expresan desenvueltamente sin ataduras y se comunican de una manera bidireccional y esperando la interacción entre sus pares.

Aparte, y partiendo de la variable de clase social es preciso mencionar que existe una brecha en cuanto a la diferencia de disponibilidad y uso de las tecnologías de la comunicación porque por ejemplo en la provincia de Pichincha en el grupo de jóvenes de 20 a 24 años (en el área urbana) 70,568 jóvenes tiene acceso al internet frente a 175,251 jóvenes que no tienen acceso (Inec, 2010). En el grupo de 25 a 29 años (en el área urbana) 59, 256 jóvenes si tienen acceso al internet; mientras que 179,139 no lo tienen (Ibídem, 2010). Es necesario mencionar que en cuanto al uso de otro tipo de tecnologías de la comunicación como los celulares en el grupo de edad de 20 a 24 años, en el área urbana, 144,313 jóvenes si tienen celular frente a, tan solo, 12,128 jóvenes que no tienen. Es por esto que es clave hacer énfasis en que el uso de internet en los jóvenes tiene una diferencia muy marcada en cuanto a que no está disponible para la mayor parte de la población de jóvenes de entre los 20 a los 29 años.

⁴ Lo cual se debe a que el acceso a la Red no se lo hace bajo la presencia de un adulto y estos tienen mínimas posibilidades de control sobre esta, sobre todo en el ambiente familiar.

Otro elemento que se debe tomar en cuenta es que las identidades juveniles están siendo construidas a partir de las tecnologías de la comunicación ya que, como se explicó anteriormente, es a través de estas que las industrias culturales se reproducen (Zebadúa Carbonell, 2008). Por lo tanto ahora no se puede pensar en la juventud sin tener en cuenta el concepto de globalización, el cual fue tratado en subcapítulos pasados.

Para seguir adelante con la investigación se debe ver ya de manera más detallada que implica el que un joven esté siempre enfrentado a un ordenador y al internet:

Por último, se parte de la base de que el consumo de Internet, al igual que otras tecnologías mediáticas, se produce en las rutinas y en los espacios que habitan y frecuentan los jóvenes dentro y fuera del hogar; en ese sentido, la comprensión de su impacto también pasa por reconstruir su proceso de incorporación en la vida cotidiana a partir de observar las dinámicas familiares, escolares y sociales (Winocur, 2006, págs. 554).

Ahora el uso de las tecnologías de la comunicación por parte de los jóvenes construye una nueva posibilidad de socialización de prácticas específicas para el grupo en cuestión, además de constituir la principal característica de nuestro tiempo en cuanto a la relación de cultura y tecnología.

En este punto es imperante recalcar que los jóvenes que están enfrentados a las tecnologías de la comunicación también viven aquello que se llamó “realidad posmoderna” (Balardini, 2006; Augé, 1998; Valenzuela, 1991), lo cual deviene en las características que se explicaron anteriormente: instantaneidad, noción diferente del espacio/tiempo social, individualismo, visión positiva de la tecnología, etc.

Volviendo al tema de las tecnologías de la comunicación, estas han generado una nueva relación para los jóvenes en cuanto a la cotidianidad ya que ahora los mismos están transitando entre la virtualidad (el mundo del internet) y la realidad (Winocur, 2006). Esto implica que estas “realidades posmodernas” son parte de la vida cotidiana de los jóvenes y necesariamente se debe tener en cuenta que dentro de estas interactúa un sinnúmero de elementos no solo provenientes de la globalidad sino también de la relación con lo local. A continuación se pasará a explicar las implicaciones que tienen los elementos explicados en este capítulo en torno al capitalismo, la globalización y la nueva percepción del espacio-tiempo.

CAPÍTULO 2

CAPITALISMO, GLOBALIZACIÓN Y LA NUEVA PERCEPCIÓN DE ESPACIO-TIEMPO

Hace ya cuatro años Pablo Molina (Guitarrista de la banda Munn y Veda) y yo nos embarcamos en un proyecto, el cual consistía en componer una canción para una muestra de los pisos climáticos que rodean a Quito en el Palacio de Cristal del Parque Itchimbía como se comentó en la introducción. El páramo, el altiplano quiteño y el bosque húmedo tropical eran los lugares que teníamos que representar con una narrativa que concatenará símbolos sonoros específicos de cada uno de estos lugares, para generar así una secuencia que se repetiría *ad eternum* en la exposición del Palacio de Cristal. La experiencia resultó ser de lo más agradable debido a que el proceso de composición de las canciones fue ocurriendo como si los dos estuviéramos hablando un mismo idioma: la poesía del sonido. Hasta aquí por mi parte solo estaba operando el músico, más el antropólogo había estado callado cavilando las incidencias de este proceso, ya no a un nivel estéticamente sensible sino también etnológico. Sin embargo en un punto de esta historia el antropólogo que se escondían detrás de mi piel despertó, abordándome con una serie de cuestionamientos que parecían ser meros sueños de perro.

El trabajo continuaba y las canciones parecían ser compuestas por alguna fuerza supra lunar. Un día, ya terminando el proceso de composición y dando los últimos retoques a las canciones, Pablo me comentó acerca de un nuevo proyecto que se estaba gestando, el cual era la banda Munn. Él me hizo escuchar uno o dos temas de su nuevo proyecto en el cual trabajaba junto con Álvaro Andrade, y Mariela Espinosa de los Monteros (quién se encontraba en el exterior estudiando música). Ese día al ir en el taxi de regreso a casa, otra vez el antropólogo apareció en mi mente diciéndome: “hay un vínculo muy interesante en la relación de la composición musical de Pablo y su banda Munn con las tecnologías de la comunicación que les permite trabajar”. Sin duda se trataba de un proceso cultural que para el momento era muy difícil descifrar debido a la poca información que tenía sobre el tema.

También a la par surgía en mi otra inquietud la cual consistía en cómo una persona (es decir yo) puede trabajar con software específico de multimedia sin haber recibido una sola clase presencial acerca del manejo del mismo. El término presencial aquí es muy importante puesto que nunca tuve clases de estos temas más si había visto un sinnúmero de horas de videos tutoriales en youtube que explicaba cómo manejar estos artefactos. He aquí otra vez la interrogante que hace poco expliqué con respecto a Pablo y su banda, pero ahora se presentaba en mí. Es decir las tecnologías de la comunicación (en este caso específicamente se habla de internet) estaban una vez más permitiendo que un proceso de creación artística se llevara a cabo. Es aquí en donde surge ya la problemática de una manera más clara y me convencí de que esta iba a ser mi primera gran investigación como antropólogo.

En el presente capítulo se vincula el bagaje teórico con una dinámica particular que experimentan ciertos sujetos de cara a las características mencionadas. En este sentido, la banda Munn es un muy buen ejemplo en el cual se puede estudiar la relación entre tecnología y cultura porque en una primera instancia la banda hizo uso de las tecnologías para poder componer a pesar de que una de las integrantes estaba fuera del Ecuador. Este hecho y otras evidencias marcarían las pautas sobre las cuales se están dando cambios a nivel cultural, social, económico, etc., que resultan ser consecuencia del desarrollo del capitalismo. A partir del proceso de formación y creación, no solo de la banda Munn, sino de su imagen es que surge la interrogante de qué implicaciones tiene el capitalismo, las tecnologías de la comunicación y la cultura en un mundo en donde se están dando una serie de cambios vertiginosos como los de la nueva noción de espacio-tiempo; las instantaneidad e hipertextualidad de la información. Antes de hacer este análisis es necesario explicar el surgimiento de la banda quiteña Munn.

2.1) Munn

La banda Munn nace en el 2008 en Quito tratando de experimentar con los sonidos del Trip-Hop⁵ y el Downtempo⁶. Los integrantes de esta banda son Álvaro Andrade (Bajo, Programación y teclado); Mariela Espinosa de los Monteros (Voz y clarinete); Cristina Echeverría (Teclados y coros); Pedro Ortiz (Batería); y Pablo Molina (Guitarra, mandolina

⁵ El Trip Hop y el Down Tempo son géneros dentro de la música electrónica que surgen en los 80 y 90 en el Reino Unido, España y otras partes de Europa.

⁶ Tomado del perfil de Facebook de la Banda Munn el 23/01/2013

y programación). Hasta el momento tienen solo un disco llamado “Espirales”. La mayoría de los integrantes estudiaron música o algo relacionado con esto (a excepción de Álvaro Andrade). Pablo y Álvaro se conocían porque tienen otra banda de rock llamada Veda. Por otro lado Mariela y Pablo eran amigos desde hace algún tiempo ya que ellos asistieron al mismo colegio. Ellos tres son los que empezaron en primera instancia con el proyecto, el resto de los integrantes se fueron uniéndose posteriormente según las necesidades musicales que surgían en el camino.

En la primera etapa en la que solo eran los tres (Mariela, Pablo, y Álvaro), ellos deciden trabajar vía mail puesto que, según como me contaba Pablo, no habían conseguido vocalista. Como consecuencia de la falta de vocalista, Pablo decide contactarse con Mariela que se encontraba en el exterior y le comenta de este proyecto musical que se estaba gestando. A continuación Pablo le envía un tema que había compuesto junto con Álvaro a Mariela, y es así como empiezan a trabajar a través del internet como medio por el cual conseguían enviar información que les permitió componer a pesar de la distancia.

Cuando recién empezó la banda el Álvaro [...] tenía la idea de que sea como súper cooperativa la cuestión, o sea un núcleo que hace canciones les invita a otros brothers a cantar (...) Mariela estaba estudiando en Chile y le mandamos la base y la man de una, así como en cuatro horas respondió el mail con tres capas de voz y no es que ya una letra pero qué sé yo por ahí una huevada. Y fue como que podemos hacerlo; entonces nada, le mezclé un poco más a la cuestión y producimos (Pablo, 2012, entrevista).

Así es como surge esta banda a pesar del inconveniente de la distancia. Después, cuando Mariela regresa al Ecuador, deciden formar la banda definitivamente y comienzan a trabajar con la convicción de hacer de esto algo más formal y tocar en vivo.

Habiendo explicado el contexto de la banda Munn ahora si se entrará a hablar de los cambios sociales, culturales, económicos, tecnológicos, etc., que han surgido en los últimos años. Dichos cambios florecen de una realidad en concreto y es que el capitalismo, en su búsqueda por expandir sus horizontes de control y su espacio de acción, se ha visto en la necesidad de crear una tecnología que le permitiese generar procesos para que el mismo funcione y siga así reproduciéndose. De esta manera el capitalismo ha ido encontrando espacios por los cuales circular, y a la vez posibilitar el tránsito de información no solo con

respecto al flujo financiero de las grandes transnacionales sino también el capital cultural (Música, moda, tecnología, etc.) (Harvey, 2010; Pérez-Tapia & Flores, 2011; Ainsa, 1996).

Ahora, es importante volver a lo que se mencionaba con respecto al trabajo de la primera etapa de la banda Munn. Es precisamente este advenimiento de la tecnología de la transportación en tiempo real de información la que permitió, en primera instancia, trabajar a los músicos de Munn a pesar de que se encontraban enfrentados a la distancia que los separaba de su vocalista, Mariela. A lo largo del capítulo se irá explicando cómo dentro del proceso de surgimiento de la banda y, también, a través de su relación con la tecnología se puede vislumbrar las características que antes se mencionan.

Para llegar a una adecuada explicación de esta problemática se dividirá el presente capítulo en los siguiente subcapítulos: Globalización, mercado mundial, industrias culturales e internet; la nueva percepción de espacio-tiempo; cultura y tecnología; y, finalmente, el trabajo individual como consecuencia del capitalismo y su relación con las tecnologías de la comunicación. En el primer acápite se hablará de lo que algunos autores llaman la sociedad de la infocomunicación (Bericat, 1996; Silva Silva, 2008; Winocur, 2006), la cual nace a partir de la aparición del internet y las redes sociales. En el siguiente acápite se tratará el tema de cómo el capitalismo y su relación con las tecnologías produce una nueva noción de espacio-tiempo. A continuación se hablará de la relación de cultura y tecnología, es decir cómo es que la cultura permea la relación con las tecnologías dándole nombre y símbolos específicos. Finalmente se explicará el resultado de estos temas antes mencionados es decir el trabajo individual como consecuencia de estar frente a un ordenador todo el día.

2.2) Globalización, mercado mundial, industrias culturales e internet

Como se decía en el primer capítulo, el capitalismo de la acumulación flexible se ha visto en la necesidad de ir migrando de sede en sede según como el capital ha ido encontrando un nicho en donde alojarse, y ha implicado un paso hacia nuevas formas de organización y nuevas tecnologías no solo de la comunicación sino también de producción (Harvey, 2010; Pérez-Tapia & Flores, 2011). Aquí cabe mencionar que esta acumulación

flexible parte de los servicios (seguros, asesoría legal para empresas, etc.) que han surgido como nueva forma de producción.

El capitalismo de la acumulación flexible, gracias al mercado mundial y a la globalización, logró abarcar todo el mundo en un espacio virtual que está presente en el internet y en toda la dinámica que éste conlleva con respecto a los productos de las industrias culturales que están transitando en busca de ser consumidas como parte del capital cultural de alguna persona a lo largo del mundo (Horkheimer & Adorno, 1998; Balardini, 2006). Esto hace del capitalismo un sistema, el cual está teniendo nuevas formas de organización, que se bifurca generando conexiones con aquellos elementos que le significan una posibilidad finita de vínculos heterogéneos que si lo tendríamos que representar de alguna forma sería a través de lo que Gilles Deleuze llama el rizoma.

Un rizoma como tallo subterráneo se distingue radicalmente de las raíces y de las raicillas. Los bulbos, los tubérculos, son rizomas. [...] En sí mismo, el rizoma tiene formas muy diversas, desde su extensión superficial ramificada en todos los sentidos hasta sus concreciones en bulbos y tubérculos: cuando las ratas corren unas por encima de otras. En un rizoma hay lo mejor y lo peor: la patata y la grama, la mala hierba. Animal y planta, la grama es el crab-grass (Deleuze & Guattari, 2002, pág. 12).

El sistema rizomático se aplica en esta investigación para representar la forma en que funciona el capitalismo y sus dinámicas; el cual tiene que cumplir con ciertas características como lo explica Deleuze. Las dos primeras son los principios de conexión y heterogeneidad con los que debe cumplir; es decir que el rizoma debe tener la capacidad de conectar cualquier punto del mismo con cualquier otro punto que se encuentre dentro de este. Es decir que si dentro del sistema capitalista se toma una decisión política, esta debe ser realizada en contraste con las implicaciones culturales, económicas, sociales, etc. puesto que la primera va a generar cambios a lo largo y ancho del sistema.

Otra de las características del rizoma es su principio de multiplicidad:

Los hilos de la marioneta, en tanto que rizoma o multiplicidad, no remiten a la supuesta voluntad del artista o del titiritero, sino a la multiplicidad de las fibras nerviosas que forman a su vez otra marioneta según otras dimensiones conectadas con las primeras: “Denominaremos trama a los hilos o las varillas que mueven las marionetas (Deleuze & Guattari, 2002).

Un ejemplo de esta multiplicidad sería la relación que existe entre el mercado mundial y la globalización puesto que ellas dos deben generar vínculos que les permitan crear un entramado de interrelaciones que a la final deviene en el funcionamiento del capitalismo como un sistema que aglutina ciertos elementos que son constitutivos de sí mismo.

El siguiente principio a tomarse en cuenta es el de ruptura asignificante. El cual consiste en que siempre dentro del sistema capitalista van a existir puntos de fuga lo cual se podría ejemplificar en lo que se hablará más adelante con respecto al proceso de producción y composición musical de la banda Munn, en el cual su música no pasa por las pautas que dicta la industria musical de mainstream pero sin embargo esto no les imposibilita a los Munn a componer y poner su música dentro de los flujos y circulación de la globalidad.

Finalmente los dos últimos principios serían los de cartografía y calcomanía. Los mismos implican que la estructura profunda de este sistema puede ser reproducible infinitamente. En términos más prácticos esto se puede evidenciar en los diferentes niveles en que dicha estructura del capitalismo puede ser representada bajo la base de contextos distintos. Es decir que, como explica Castro-Gómez (2005), el capitalismo y su influencia dentro de Latinoamérica no es el mismo que en Europa o Estados Unidos. Es así como es que se da el funcionamiento del capitalismo de la acumulación flexible desde la perspectiva de esta investigación.

Un ejemplo del funcionamiento del capitalismo como sistema rizomático se lo puede ver en un concierto que dio la banda Munn en Santiago de Chile en un festival llamado Festival Santiago Independiente llevado a cabo el 14 de abril del 2013. El sábado 27 de julio del 2013 me encontré con Pablo de Munn en una fiesta. Ahí yo le pregunté con respecto a cómo le había ido en el concierto en Santiago.

En primera instancia él me dijo que había estado bien el concierto pero que no había mucha gente porque ese mismo día se presentaba una banda de rock británica llamada The Cure. Otro cosa que me dijo fue con respecto al espacio, en tanto al grupo de gente, en el cual había sido el concierto. Sus palabras con respecto a esto fueron que era un espacio similar al de Quito (en cuanto a su tamaño y capacidad de convocatoria de público) y que

cuando él se fue esperaba encontrarse con una realidad distinta puesto que Santiago es una ciudad mucho más grande que Quito y que además tiene una industria musical mucho más desarrollada⁷. Sin embargo Pablo me dijo que no fue muy distinto a cuando él da un concierto en algún festival pequeño acá en Quito puesto que siempre hay cosas que pueden ir en contra de dicho festival (en este caso el concierto de The Cure).

Lo que se evidencia acá, y ya en términos del capitalismo como sistema rizomático, es que Pablo y su banda, Munn, fueron a ser parte del mismo espacio en que están ubicados acá. Es decir que Pablo pensaba que iba a llegar a tocar en el espacio mainstream de Chile partiendo del hecho del desarrollo de la industria musical chilena, pero sin embargo no fue así. Él llegó a un espacio que recién se está creando puesto que esta vez fue la primera que se dio este festival. Por lo tanto aquí vemos como este ir a tocar de Munn en Chile implica una relación dentro del rizoma del sistema capitalista entre partes que tienen un devenir parecido. En otras palabras el salir de Ecuador por parte de la banda Munn no le implica estar dentro de los flujos y circulación mainstream de la música latinoamericana sino que es un primer paso hacia esto. Antes de ser parte de este flujo global la banda tiene que pasar por procesos dentro de los que el capitalismo le permita a pasar a este espacio de la música mainstream lo cual significa entrar ya dentro de los flujos de la globalidad en términos de la gran industria musical (videos en mtv, entrevistas en portales importantes de la web, etc.)

Pasando al tema del mercado mundial y la globalización estos vendrían a ser cuerpos sin órganos que, partiendo de la definición que da Deleuze (2002), cumplen con la función de maximizar ciertas capacidades del capitalismo que en algún momento del proceso de desarrollo del mismo se veían insuficientes. Entonces la globalización es una especie de órgano protésico que cumple con la misión de maximizar la capacidad de tránsito de información que tiene el capitalismo a su haber. Por otro lado el mercado mundial sería el alcance, como ya se dijo anteriormente, protésico por el cual el capital tomó como sede al mundo entero puesto que según fue migrando en un punto el espacio físico no le fue suficiente por lo tanto paso hacia el espacio virtual que implica ahora este mercado mundial (Braidotti, 2005; Deleuze & Guattari, 2002).

⁷ No hace falta sino pensar en los grandes referentes de la música chilena (Los prisioneros, La Ley, Los Bunkers, etc.) para darse cuenta de la amplitud de la industria musical chilena en cuanto a su relación con la música mainstream y la industria musical quiteña.

El capitalismo ya no solo hace circular dinero o transacciones financieras sino que también por este circulan bienes culturales (moda, música, tecnología, etc.) que van construyendo la identidad de las personas que toman una parcela dentro de este espacio virtual para hacerse allí de elementos que le permitan construir una identidad y que a su vez implica un estar insertado dentro del sistema rizomático del capitalismo.

Pero antes de seguir adelante con la interpretación de los datos empíricos es importante tener claro qué es lo que se entiende por globalización en cuanto a su alcance cultural en la presente investigación. James y Rodner (2001 en Silva Silva, 2008, S/P) entienden a

[...] la globalización como hecho cultural, como transmisión de imágenes, de comportamientos y de información, coloca el tema en una dimensión hasta ahora desconocida; es de hacer notar que en concordancia con el autor citado a escala mundial, la globalización se refiere a la creciente interdependencia entre los países, tal como se refleja en los flujos internacionales de bienes, servicios, capitales y conocimientos; a escala nacional, se refiere a la magnitud de las relaciones entre la economía de una nación y el resto del país. Es un proceso de crecimiento internacional o mundial del capital financiero, industrial, comercial, recursos, humano, político y de cualquier tipo de actividad intercambiable entre países (Silva Silva, 2008, S/P).

Siguiendo el concepto de globalización de los autores James y Rodner ahora cabe mencionar cual es la importancia del internet frente al presente tema. En palabras de Rosalía Winocur (2006) el internet constituye el sistema nervioso del mercado mundial y, gracias al tránsito de los productos de las industrias culturales, es también un artefacto cultural que cumple a manera también de cuerpo sin órganos, con la función de maximizar la capacidad de comunicación en términos de flujo y circulación de la información.

En la entrevista realizada a Mariela de Munn ella me comentaba lo siguiente con respecto a cómo se entera de las noticias de bandas, artefactos electrónicos musicales, etc.:

[...] Me pasó que no sé como pero alguna vez llegué a una página que se llama pitchfork.com es una revista gringa y eso fue como para ahí. Es como el portal en donde encuentro un montón de bandas; full de las bandas y nada como que no solamente que es el internet sino que una vez que encuentras como el camino dentro de este mar de cuestiones ya se vuelve un poco más confiable, porque si estás navegando solamente es difícil llegar como al disco más bacán de tal banda lo que

sea pero si es a través de un filtro que puede ser una revista lo que sea ya es como mucho más confiable y realmente puedes ir sin saber que vas a hacer; ir a la página con la seguridad de que de ley vas a descubrir algo (Mariela, entrevista, 2012).

En lo que dice Mariela podemos ver cómo es que la globalización y los elementos que la conforman (mercado mundial, industrias culturales, internet, etc.) van generando dinámicas o nexos entre sí que permiten en este caso, a una música, ser parte de procesos de conocimiento que le posibiliten realizar su propia creación artística. En este punto se ve como el internet es un artefacto cultural que vincula la producción del mercado mundial y las industrias culturales generando un espacio en el cual cada persona transita y va tomando, a medida que circula por el mismo, elementos con los cuales se reviste.

Ahora, estas dinámicas implican un ir y venir de información con una direccionalidad específica; en otras palabras, el hecho de que Mariela haya llegado a la página pitchfork.com en realidad no es una casualidad. Los portales de internet, en donde los productos de las industrias culturales se encuentran, conllevan a sumergirse dentro de un flujo y circulación (véase en Kearney, 1995; Tsing, 2000) específico de información la cual está limitada por la clase del portal de internet y su target musical. Es decir, si un metalero busca información con respecto a la música que le gusta va a entrar en alguna página de una disquera de bandas de metal. Al entrar en esta página nuestro querido metalero hipotético va a encontrar algunos otros links que le lleven a páginas que cumplan con la misión de ser revistas por las cuales se expone la industria cultural del metal (al igual que Mariela cuando entró a la página pitchfork.com). En otras palabras, nuestro metalero, ya no solo va a estar frente a la música y bandas que la página de la disquera le ofrecía, sino que también va a tener a la vista información de instrumentos musicales (y artefactos afines al quehacer musical metalero); ropa que cumpla con la estética que exige el metal y mucha más información que, haciendo un análisis más profundo, devendría en vislumbrar un aparataje industrial cuya información tiene la característica de la hipertextualidad (de este tema se hablará más detalladamente en los acápite siguientes) detrás de todo lo que es el movimiento metalero (el cual tiene su espacio específico dentro del internet).

Con este ejemplo se entiende cómo es que Mariela llega a la página pitchfork.com lo cual revela que el transitar por internet no siempre implica un caminar sin dirección y

con los ojos vendados. Hay que estar expuesto y consumir el capital cultural⁸ al cual se quiere acceder en internet para estar dentro los flujos de las industrias culturales.

Otro ejemplo claro de cómo es que las personas, y en este caso la banda Munn, se van integrando a la globalización es a través de la necesidad que se tiene de crear una cuenta en las redes sociales como Facebook, Twitter, etc.:

En este punto claro, en este punto es medio que inseparable; bueno igual depende de la óptica con la que te manejes porque, por ejemplo, se me ocurre un artista súper representativo de Ecuador, Jaime Guevara; al man le vale carpeta; o sea es otra escuela; es otra visión entonces depende un montón de la visión que tengas. Si es que para vos es importante la difusión de tu música el internet, y las redes sociales sobre todo, son una herramienta gigante, súper poderosa, súper personalizable, súper directa; entonces uno puede hacerse su perfil de usuario o hacer una página de usuario como Munn y uno puede postear lo que le da la gana. Puedo hacer chistes malos, puedo postear diciendo mañana vamos a ensayar embalados. Es como que es súper directo; así mismo al otro lado el que recibe también es una cuestión súper directa porque ahora puede pasar que Munn publicó ni sé cuánto; y él puede comentar que sé yo “que bacán, etc.”; entonces si es que la idea es cubrir a la mayor cantidad de público posible el Facebook ayuda bastante (Pablo, 2012, entrevista).

En este momento es necesario recordar que las “reglas” para entrar en la dinámica del flujo de la información en el internet son la instantaneidad y la hipertextualidad (de las cuales se hablará más adelante) ya que si los mensajes de los que habla Pablo en la entrevista no cumplen con esto, no entran en la dinámica de la información (como sería el caso de Jaime Guevara) y simplemente no son tomados en cuenta si es que en este caso, Jaime Guevara, quisiera entrar en los flujos y circulación de la dinámica del internet.

El flujo de información posibilita la relación entre pares; es decir que existe una información específica para los jóvenes rockeros y otra muy diferente para los que escuchan reggae con sus propias vías de tránsito (como se menciona con el ejemplo del metalero) y con sus propios filtros como aludía Mariela. Entonces se podría decir que, en palabras de Bericat Alastuey (1996), estos rasgos y dinámicas mencionados con respecto a la cultura y tecnología estarían creando lo que él llama la sociedad de la infocomunicación;

⁸ En la presente investigación se entiende capital cultural como todos los elementos o productos culturales que una persona adquiere hacerse con una identidad clara.

esto sería una consecuencia cultural del capitalismo. De esto deviene una serie de cambios que se explicarán a continuación.

2.3) La nueva percepción de espacio/tiempo

La nueva percepción de espacio-tiempo surge de lo que Harvey llama la compresión del espacio-tiempo en la globalización. La compresión del espacio/tiempo no es sino la victoria del tiempo sobre el espacio, es decir ahora se puede entablar comunicaciones en tiempo real desde Quito hasta Tokio lo cual deviene en una serie de cambios a nivel político, económico, cultural etc.; para entender mejor este concepto Inda y Rosaldo lo explican de la siguiente manera:

David Harvey (1989) conceptualizes globalization principally as a manifestation of the changing experience of time and space. He captures this change in the notion of “time-space compression,” which refers to the manner in which the speeding up of economic and social processes has experientially shrunk the globe, so that distance and time no longer appear to be a major constraints on the organization of human activity. In other words, the term points to how the pressures of technological and economic change have continually collapsed time and space, resulting in the annihilation of space by time: in the reorganization of time in such a way as to overcome the barriers of space (Inda & Rosaldo, 2002, págs. 5-6).

En efecto, como lo explica Harvey, la compresión del espacio/tiempo es una de las características de la globalización y del mercado mundial. Antes se debe mencionar que la globalización y el mercado mundial responden al desarrollo del capitalismo de la acumulación flexible; el mismo que, gracias a las tecnologías de la comunicación, ha vencido a la barrera del espacio, y así ha puesto al tiempo por encima del mismo (Harvey, 2010). Del hecho de que el tiempo venza al espacio depende el buen funcionamiento del capitalismo y un ejemplo claro de esto es que ahora cualquier persona puede comprar cosas sin tener que ir a las tiendas donde están dichos productos. Es decir que gracias a las tarjetas de crédito ahora cualquier persona puede comprar algún producto por más que el mismo se encuentre al otro lado del planeta. A la larga el desarrollo del capitalismo actual significa el surgimiento de nuevas formas de organización y, por lo tanto, nuevos mercados en donde las identidades juegan un rol distinto puesto que dentro de estos circulan un sin número de productos culturales simbólicos.

La globalización (James y Rodner en Silva Silva, 2008), en cuanto a su relación con el capitalismo, implica un flujo constante de información de diversa índole que transita (bajo la característica de la instantaneidad y la hipertextualidad), generando nexos entre los diferentes países del mundo y permitiendo así el buen funcionamiento del capitalismo como sistema económico mundial. Es decir, las multinacionales tienen sus centros ejecutivos en las ciudades más importantes del mundo (New York, Londres, Tokio, etc.) en donde toman las decisiones con respecto a las fábricas que estas grandes empresas tienen en países del tercer mundo, sin la necesidad de estar presentes ahí (Sassen, 1998). De aquí surge un hecho que es claro, la lógica del mercado mundial. Lo que resulta ser importante en cuanto al tema de esta investigación es el flujo de información que va y viene dentro de distintos canales de circulación e interconexión puesto que este flujo trae consigo productos de las industrias que entran a ser parte de las identidades de las personas a partir del contexto en el cual estas se relación con dichos productos.

El mercado mundial es un espacio que colma a todo el mundo sin tener que estar presente tangiblemente. Para poder entender esto se hace necesario explicar lo que es el hiperespacio posmoderno del cual hablan Gupta y Ferguson (2002), dicho de otra manera el mercado mundial, y su vez el capitalismo, han creado un lugar al cual el capital ha migrado generando nexos entre las ciudades más importantes del mundo, creando así un nuevo territorio que no se ve pero que está a la vista de todos a través, por ejemplo, de las propagandas de McDonalds, United Colors of Benetton entre otras. Las propagandas de las empresas antes mencionadas hablan de nuevos símbolos que traen consigo un hecho claro, el entrar en las redes de ciudades globales que tienen dinámicas económicas, políticas, financieras, sociales, culturales, etc.

La mundialización de la economía hace referencia a que no estamos más en un capitalismo mercantil sino que se ha dado el salto hacia un capitalismo posfordista que ya no solo produce bienes salidos de las fábricas, sino que también genera servicios de diversa índole (entretenimiento, pólizas de seguro, entre otros).

Volviendo al tema del hiperespacio posmoderno, y siguiendo lo que Gupta y Ferguson (2002) sostienen, se puede pensar que existe un nuevo territorio virtual en donde ocurren una serie de dinámicas (decisiones empresariales, flujo de capital, flujo de

información de diversa índole, etc.) que atraviesan al mundo con tan solo el click izquierdo de un ordenador o mediante el transporte masivo de bienes que antes se demoraban mucho más tiempo en llegar a su punto de arribo.

Ahora, se debe pensar que la compresión del espacio-tiempo implica la lógica sobre la cual funciona el hiperespacio posmoderno (de aquí nace el uso del término hiperespacio). A partir de las dinámicas del hiperespacio posmoderno se ve cómo es que los cambios creados por la compresión del espacio-tiempo se llevan a cabo generando así procesos bajo sus propias reglas y vías de tránsito. También la nueva noción de espacio-tiempo, según Harvey (2010), permite una infinidad de posibilidades de socialización para las personas; lo cual deviene finalmente en producción y reproducción cultural a gran escala y también tiene implicaciones específicas dentro de los grupos de jóvenes y sus reproducciones culturales puesto que este flujo constante de información implica un abanico de posibilidades en las cuales los jóvenes, y en general cualquier persona, puede apropiarse de un capital cultural para dar paso a procesos culturales como los de la banda Munn (la creación artística es precisamente un proceso por el cual la cultura se produce).

Un ejemplo claro de cómo se manifiesta el hiperespacio posmoderno se lo puede ver en las entrevistas realizadas a los integrantes de la banda Munn. Pablo, Mariela y Álvaro me comentaban que en un primer proceso de composición, Mariela, no se encontraba en el país por lo que se vieron obligados a usar las tecnologías de la comunicación para poder trabajar en sus canciones. Pablo cuando se le preguntó acerca de cuán útil les había resultado la posibilidad de componer a pesar de la distancia que separaba a Mariela del resto de los integrantes de la banda dijo lo siguiente:

Sí. Incluso para la grabación de algunas canciones del disco, esa canción que se llama “Tan simple” que fue el primer single que subimos a bandcamp⁹, ella se grabó las voces y nos mandó por mediafire¹⁰, yo armé las huevadas; aquí mezclamos y eso fue lo que subimos; así que fue grabado en distintos lugares totalmente, eso me parece interesante, o sea es una alternativa que te da la

⁹ Bandcamp es una aplicación de Facebook que permite subir canciones a la web dentro del perfil de una persona o en este caso de la banda Munn para que esta canción esté circulando por las redes sociales y permitiendo de esta manera que la música de la banda se esté propagando constantemente. Esta aplicación también permite no solo escuchar la canción sino bajársela y además brinda la posibilidad de escribir una biografía de la banda.

¹⁰ El Media Fire es un servicio de alojamiento de archivos e imágenes gratuito.

tecnología frente a las distancias y claro ella estaba viviendo por otros lado y dijo dale fresco yo me grabo [...] (Pablo, 2012, entrevista).

En esta pregunta hecha a Pablo vemos como los jóvenes de Munn se sirvieron precisamente del hiperespacio posmoderno para ver cómo podían vencer el hecho de que uno de sus integrantes no se encontraba en el país. En este punto se hace evidente lo que se decía con respecto a los flujos específicos de producción en distintos lados lo cual evidencia la lógica del capitalismo flexible (Harvey, 2010), el cual permite que se dé un espacio que se caracteriza por la virtualidad y que a su vez posibilita un uso específico del mismo para crear en este caso arte. Otro elemento a analizarse sería que otra vez se está manifestando la lógica rizomática que tiene el capitalismo de la acumulación flexible, puesto que si no fuera por su capacidad de conexión y multiplicidad este proceso de composición de la banda no sería posible.

Antes de seguir se debe tener claro cuál es el concepto de cultura para poder entender como la globalización actúa como artefacto cultural:

Entendemos la cultura como el conjunto de prácticas destinadas a la producción, circulación y apropiación de significados en la vida social. (García-Canclini en Urcola, 2008, pág. 15). La cultura es la dimensión significativa de cualquier práctica social, aunque no todo lo que ocurre en la sociedad puede pensarse linealmente como cultural. Los procesos de apropiación, circulación y producción cultural son activos e integrales y se conjugan con otras dimensiones de lo social, como las esferas políticas y económicas (Urcola, 2008, pág. 15).

Entonces si vemos que la cultura es el conjunto de prácticas destinadas a la producción, circulación y apropiación de significados en la vida social y , por otro lado, la globalización constituye un proceso que puede cumplir con la función artefacto cultural (u órgano sin cuerpo del capitalismo como se explica anteriormente) por el cual están transitando elementos que podrían pasar a formar parte del capital cultural de una persona; vemos que la cultura tiene un nuevo espacio de reproducción con sus propias reglas (instantaneidad e hipertextualidad) entonces en efecto hay una nueva percepción de espacio-tiempo que está cambiando las dinámicas de reproducción cultural de las personas. A continuación se pasará a explicar las características de la instantaneidad e hipertextualidad ya a un nivel más detallado.

2.4) Instantaneidad e hipertextualidad

La instantaneidad es una de las evidencias más clara de la nueva noción de espacio-tiempo; y en palabras de Bericat Alastuey (1996) es la instantaneidad la que soporta a la globalización porque de la misma deviene el hecho de aquel constante transitar de una infinidad de información, la cual es aprehendida por las personas según sus intereses.

Cuando yo era adolescente y me encontraba construyendo mi identidad como rockero no era tan fácil conseguir música e información al respecto como lo es ahora debido a que el sistema de internet era de Dial-up¹¹. Por lo tanto si uno quería hacerse de un capital cultural que le permitiese llamarse rockero se tenía que recurrir a foros en los cuales existían chats abiertos en donde uno preguntaba cualquier interrogante que se tenía con respecto algún tema en específico. En mi grupo de amigos cuando yo entre a la secundaria ellos ya escuchaban punk y otros géneros similares pero sin embargo había una especie de pacto de grupo de no difundir información ni música de este tipo. Esto era porque había la exigencia de que si se quería entrar dentro de este grupo había que tomarse la molestia de informarse asimismo y encontrar lugares en donde estaba circulando la información. Entonces recuerdo que, yo era nuevo en la escuela, y esta música que por una cuestión de coincidencia yo llegue a escuchar me fascinó desde el primer instante. Así me vi de un momento a otro en la necesidad de encontrar información en cuestión de horas que me permitiese revestirme de un capital cultural específico para poder acceder a este grupo. Es así como encontré estos chats abiertos en donde se hablaba de las últimas noticias de las bandas de punk como NOFX, Bad Religion, Pennywise, etc. y a su vez esto me permitió entrar al grupo con el cual años más tarde yo tuve mi primera banda de rock. Si no hubiese sido por la instantaneidad que rodeaba a estos chats jamás habría encontrado información con este tema y ahora quizás mi identidad no estaría anclada tan estrechamente a la música. En otras palabras esto me permitió entrar en la sociedad de la infocomunicación (Bericat, 1996) y así tener acceso a los flujos y circulación (Kearney, 1995) de información con lo cual yo quería hacerme para poder llamarme “punkero”.

¹¹ El internet dial-up funciona de la misma manera que una línea telefónica pero tiene limitaciones en cuanto a la velocidad de descarga en comparación a el internet de banda ancha el cual permite mucha más cantidad de descarga de archivos y con mayor velocidad.

Otra forma en la que se manifiesta la instantaneidad de la comunicación se la puede ver en la manera en la que adquieren equipos, y demás artefactos, algunos de los integrantes de la banda y en general los músicos ecuatorianos. Por ejemplo, Álvaro (el bajista de Munn) un día que asistí a un concierto desde que armaron todo el escenario, me comentaba que el sintetizador que él usaba se lo había comprado por internet (al igual que otros aparatos) y me dijo que para él, el hecho de que con un click pueda comprar un artefacto que se encuentra en los Estados Unidos, o cualquier otra parte del mundo, le parecía una ventaja y que de no ser por las tecnologías de la comunicación esto no sería posible. Las tecnologías de la comunicación, y el internet específicamente, no solo permiten el tránsito de información que tiene que ver con capitales financieros o comerciales sino que, también, cede el paso a la información que está destinada a la producción cultural, que en este caso vendría a ser la música creada por Munn.

Una de las posibilidades que presenta la instantaneidad, y que se puede analizar desde el caso de la banda Munn, es que los eventos, discos, mercancía, etc., que ellos quieren promocionar, lo pueden hacer a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, etc. La instantaneidad permite a los integrantes de la banda que tengan la posibilidad de estar bombardeando de información constante a su público a diferencia de cuando ellos promocionan los eventos a través de medios como los volantes, posters, etc.; con respecto a esto Pablo dijo lo siguiente:

Yo creo que también es relativo pero por ejemplo haber, en los conciertos de alarma, antes la escena hardcore, nos sacábamos la “\$%&@€®™ pegando 500 afiches con engrudo y apestando a engrudo; y peleándonos entre nosotros porque estábamos hartos de pegar afiches; repartíamos qué sé yo 100 volantes e iba la gente; había veces que no iba la gente. A mí me ha pasado que he hecho conciertos de Veda, de Munn sin un volante [...] En cambio si es que es el lanzamiento de la nueva colección de D & Bond o Zao del Jardín capaz y vas a hacer más por vía Facebook o das volantes; no sé, depende. Claro es súper directo puedes invitar con unos cuantos clics a 3000 personas (Pablo, 2012, entrevista).

Esta posibilidad de crear un evento, promocionarlo y que a su vez llegue a 3000 personas con tan solo “unos cuantos clics” es una evidencia de como las tecnologías de la comunicación (y en este caso específico el internet) permite el flujo de información que tiene alcances culturales de una manera instantánea y con distintas características en cuanto

al trabajo que implicaría la promoción de estos eventos, frente a la otra posibilidad de publicitar los mismos a través de volantes, posters, etc.

He aquí otra evidencia de la compresión del espacio-tiempo y su dinámica que demostraría que la información circula por estos medios de tránsito de la globalización permitiendo de esta manera la producción cultural. Sin embargo es necesario hacer una aclaración puesto que los integrantes de la banda Munn no se insertan totalmente dentro del capitalismo, sino que lo hacen a través de las herramientas que tienen al alcance de su mano, en este caso las redes sociales. De esta manera se demuestra que tanto la globalización como el mercado mundial son cuerpo sin órganos del capitalismo que permiten, como dije anteriormente, maximizar la posibilidad de las dinámicas dentro del capitalismo, pero también se evidencia que tienen un funcionamiento imbricado que responde a su propia inmanencia. Es decir que la globalización y el mercado mundial tienen una cierta independencia en el sentido que sus dinámicas internas se dan por sí mismas y deviene en sí mismas. Por lo tanto la globalización y el mercado mundial son dos elementos del capitalismo que funcionan como un órgano protésico del mismo (Deleuze & Guattari, 2002)

Ahora es necesario pasar a explicar la siguiente característica: la hipertextualidad. Estos mensajes que son enviados por la banda Munn hacia sus seguidores deben de cumplir con esta característica y es que sean hipertextuales (mas allá de que se trató de los eventos publicados por Facebook o volantes, afiches y demás). En la actualidad estamos siendo bombardeados de información la cual a su vez se bifurca permitiendo acceder a distintos espacios.



Ilustración 1: Tomado del perfil de Facebook de la banda Munn

Para explicar esta característica de la hipertextualidad se necesita hacer un análisis desde la posición del público al cual está dirigido el afiche del concierto. Al momento de ver el afiche que es posteado en Facebook la persona que se ve interesada por asistir a este concierto si no conoce a las bandas que tocan ese día lo único que debe de hacer es escribir el nombre de la banda en el buscador de YouTube y de seguro va a encontrar ahí videos que le permitan escuchar que música hace cada banda. Es aquí donde la hipertextualidad se hace evidente ya que al encontrar un video de por ejemplo la banda Munn, a lado derecho de dicho video van a asomar una serie de opciones de videos que el mismo buscador de YouTube recomienda a partir de los nexos que existe entre estos videos. Es decir que si pongo el nombre de Munn en el buscador de YouTube de seguro en los videos recomendados por este buscador van a asomar muchas opciones de bandas nacionales y entre ellas puede que se encuentre material de las otras bandas que tocan el mismo día en ese concierto.

Así se ve como este sistema hipertextual, que es parte constitutiva de la tecnología que comprende al internet, tiene la capacidad de remitir a una serie de elementos que están conectados por un contexto en específico, que en este caso sería la escena de música alternativa quiteña. Estos nexos que se ven ejemplificados por los videos que el buscador

de YouTube recomienda al cibernauta son una especie de nodos conectores de este hiperespacio posmoderno en el que se encuentra circulando y fluyendo la información con respecto a la escena alternativa quiteña. Es así como se va dando el dinamismo dentro del sistema hipertextual que comprende el internet en cuanto al tránsito que un cibernauta va a llevar a cabo dentro de este espacio virtual (Cicconi, 2000).

En la actualidad ya no se tiene que esperar a ver el video del single promocional de la banda en canales como Mtv, Music Plus, entre otros; ya que se lo puede buscar en YouTube o la página oficial de cada banda. Este hecho implica un cambio radical ya que no se necesita de un presupuesto muy alto para poder promocionar la música independientemente generando así posibilidades infinitas de creación artística que atraviesan el mundo con un solo clic. Sin embargo hace falta aclarar que depende de los canales y el nivel para la promoción y el tratamiento de la misma que se dará a esta información. Porque, por ejemplo, YouTube tiene la política de que cada video que sobrepasa el millón de visitas empieza a ser tomado en cuenta por la página como algo que se debe de considerar porque puede esto insertarse dentro de una lógica de publicidad tanto para este portal como para la banda misma.

Así se ve con claridad que los integrantes de la banda Munn se insertan en las dinámicas de la globalidad que ha creado el capitalismo de la acumulación flexible para reproducir su identidad como banda pero sin estar totalmente dentro del mismo ya que la banda no tiene un sello discográfico detrás que le respalde y la producción de su música se da a través de una mezcla de prácticas artesanales¹² y posfordistas.

Después de haber explicado cómo es que funciona esta nueva noción de espacio-tiempo es menester dar paso al análisis de cómo la cultura y las tecnologías de la comunicación van interactuando entre sí, generando nuevos espacios no solo para la socialización entre las personas sino también, como se explica anteriormente, para el buen funcionamiento del capitalismo.

¹² Artesanales en el sentido en que, por ejemplo, las guitarras de la banda Munn fueron grabadas en la casa del guitarrista (el cual es ingeniero en sonido); las baterías y voces grabadas en un estudio de grabación costado por los integrantes de la banda y así; en definitiva esto demuestra que esta producción independiente y flexible que pasa por ciertos filtros del capitalismo pero se sirve también a su vez de las herramientas que tiene a mano.

2.5) Cultura y tecnología

Para explicar la relación entre la cultura y la tecnología debemos partir de lo que Braidotti dice con respecto a este tema:

En un plano más filosófico y con relación al sujeto encarnado, las nuevas tecnologías facilitan la extensión protésica de nuestras funciones corporales [...] Asimismo, los vídeos y las videocámaras, las redes de internet y una plétora de imágenes simuladas abren un campo que desafía la noción platónica de la <<representación>> que se ha ido sedimentando a lo largo de siglos de ejercicio. Las imágenes mediáticas son los reflejos que nunca mueren y que se hallan eternamente en circulación del vacío embrujado posmoderno. Las tecnologías han afectado al espacio social de la posmodernidad provocando una dislocación del continuo espacio-tiempo. Ellas congelan el tiempo en una serie de variaciones discontinuas determinadas por la velocidad y la simultaneidad. De este modo, inducen una dislocación del sujeto que no sólo permite establecer relaciones sociales y personales diferidas o virtuales, sino también la generación de un imaginario social extendido de ubicuidad y de eternidad. La hipermobilidad y las comunidades virtuales no dejan de tener un impacto visible en el tejido social – incluidas las relaciones laborales-, así como en la cultura y en el imaginario social (Braidotti, 2005, págs. 33-34).

Es a partir de esta relación que surge una construcción atravesada por esta característica y que genera una subjetividad que se ancla a las condiciones y especificidades de estos espacios posmodernos.

Claro está que la forma en la que una persona accede a las tecnologías de la comunicación se lleva a cabo con ciertas limitaciones puesto que, como se explica al final del acápite anterior, los integrantes de la banda Munn se sirven de varias formas de producción independiente de su música las cuales no son las que se manejan en la industria musical de gran escala debido a la flexibilidad de la producción cultural que se está explicando en esta investigación, y a la larga en el capitalismo como sistema. Sin embargo cabe recordar que, como se explica en los capítulos anteriores en el ejemplo de cuando Munn se fue a tocar a Chile, que esta característica de independiente que tiene la música de Munn en cuanto a su producción le significa un espacio específico en el cual va a transitar más allá de que cruce las fronteras de su país natal: Ecuador.

Otra de las formas en que las tecnologías permiten un tránsito cultural se puede ver a través de lo que Pablo, en la siguiente cita, explica cómo es que se llega de cierta forma a promocionar la música dentro de las emisoras del país:

A ver por ahí hay radio, no hay demasiadas emisoras abiertas a la idea de las bandas, por ahí está la metro, está la radio Pública del Ecuador, está la radio Pública de Quito, en la radio deportiva también hay chance pero bueno depende un montón de los contactos que tengas más claro porque, qué sé yo, por ahí tengo un pana que está en el programa de Josema y de Paquirri, y claro no es que sea un programa especializado en música pero el man dijo “ven, dale bacán si el martes”. Si hay una apertura y depende un montón de la persona realmente que produzca el programa; y ahí si es contactos porque claro si no conoces a nadie cagado, o sea no es que necesariamente no haya esa apertura; si hay un mercado masivo popular de música que sé yo, de la música popular que va de la tecno cumbia, tropical, el pop; y está bien esos espacios son necesarios y cuando tiende a ser muy especializado el medio de comunicación; no ni siquiera el medio de comunicación, el programa de una radio también tiende a captar el mismo público que ya conoce esas cosas y no es que nos sea una herramienta y está bien y más bien hay que aprovecharla [...] (Pablo, 2012, entrevista).

Con el comentario de Pablo se ve que los medios como la radio son más difíciles de acceder que los medios como el internet, porque la radio si tiene prácticas claras en el sentido en que están insertas dentro de una dinámica capitalista per se (oferta-demanda). Por otro lado, el internet más que ser un espacio utópicamente democrático no tiene rostro ni voz propia, sino que más bien este espacio consiste en un lugar de tránsito de información especializada.

Esta información no es precisamente accesible a todos por igual sino que tiene sus lugares y su propia gente por la cual los productos de las industrias culturales transitan (Horkheimer & Adorno, 1998). Es decir, en el perfil de Facebook de un metalero no se va a encontrar información que tenga que ver con el Hip-Hop sino que van a haber las últimas noticias de las bandas de metal más importantes para este hipotético metalero.

Entrando ya en materia de la direccionalidad de la información que transita por el internet, la misma no solo se la puede ver en cuanto a la comunicación entre los seguidores de la banda y Munn; sino que también se puede ver en cuanto al aprendizaje del funcionamiento de los artefactos (en otras palabras tecnología) que utilizan los músicos de la banda. Con respecto a esto Mariela dice lo siguiente:

O sea en verdad yo creo que lo básico que sé me lo enseñó mi hermano pero ya cuando sabes manejarte con lo básico de los programas cada duda que tengas de ley es internet. O sea cualquier duda que tengas sobre cualquier cosa de la vida puedes recurrir al internet (Mariela, 2012, entrevista).

Aquí se ve otra de las características de la direccionalidad de la información ya que no solo permite un ir y venir en cuanto al tránsito por las tecnologías de la comunicación sino que también permite un ir y venir de conocimientos en cuanto al manejo de la tecnología que utilizan en este caso los músicos de Munn. Esto implicaría que la tecnología no solo da paso a procesos culturales sino que también permite que se reproduzca a sí misma por las vías de tránsito que esta tiene.

Ahora, es preciso señalar algo, cuando Mariela habla de que sabe lo básico, esto implica que los conocimientos a los que ella accede no los encuentra por casualidad sino que los mismos fluctúan en los espacios a los que ella está capacitada a transitar. Lo cual implica, otra vez, la especificidad del transitar por internet ya que, como bien se dijo anteriormente, el internet es un lugar por el cual transita información y también cibernautas. Los cibernautas no caminan con los ojos vendados sino que saben por cuales lugares recorrer y que información buscar. Entonces aquí se debe recordar lo que se hablaba con respecto a que las tecnologías de la comunicación constituyen un SST partiendo del hecho de que para transitar por este se necesita tener una cierta cantidad de conocimientos que cumplan con la función de movilizar al cibernauta dentro del espacio virtual. El hecho de que una persona se convierta en cibernauta implica que este tenga la capacidad de ser un ingeniero heterogéneo que pueda entender y manejar a dicho SST (Díaz Cruz, 1995).

En otra pregunta realizada en la entrevista a Mariela la vocalista de Munn, en cuanto a qué implicaciones tiene el internet como medio de comunicación decía lo siguiente:

Claro que sí; o sea medio que es el medio (el internet) porque es accesible para todos; es fácil; puedes relacionar, como linkear tu música con otras cosas que pueden ser de interés para el público que te interesa llegar; asimismo como es abierto y libre también lo puedes direccionar hacia el público que te interesa. A diferencia de cómo es la radio o la tele quizás es más masiva en ese instante pero no necesariamente la gente que lo está viendo es la gente a la que le va a interesar y que te va a seguir. Ahora lo malo, o sea no lo malo, pero lo difícil del internet es que como hay tantas distracciones es difícil como que mantener la atención de ese público entonces tienes que saber cómo hacerlo, como que va... yo no creo que

nosotros seamos el mejor ejemplo siempre, pero siempre yo creo que los mejores momentos son cuando uno está constantemente actualizando no solamente de noticias sino también subiendo más música aunque no sea parte de un disco y quizás incluso noticias personales como que volver este intercambio[...] si es que le das un toque más como personal llama un poco más atención porque ya no es este portal externo en donde paso por un filtro para estar ahí, sino que eres tú mismo el que la cuelgas (Mariela, 2012, entrevista).

Con lo que dice Mariela se ve como la direccionalidad y la facilidad de publicar cosas en internet funciona a nivel práctico y, también, como la posibilidad de bombardear con información de la banda presenta ciertas ventajas al momento de consolidar la imagen de la misma; sin embargo, como explica Mariela, no se puede hacer esto sin antes tener pensado como hacerlo y a quién le va a llegar la información. En otras palabras en la explicación de Mariela podemos ver que el internet se caracteriza por ser un sistema hipertextual en donde la información que se postea en el perfil de Facebook de la banda va generando una dinámica rizomática en donde estos comentarios son bifurcaciones las cuales construyen una narrativa que direcciona la atención del público de la banda,

También es importante ver qué información es la que la banda proporciona a sus seguidores de Facebook. Por lo general lo que se encuentra en el perfil de Facebook de Munn son comentarios con respecto a los próximos eventos que promocionan; también se puede encontrar información con respecto a entrevistas que dio la banda en algún lugar; música que escuchan los integrantes de Munn, entre otras cosas. Sin duda lo más interesante con respecto al tema se da cuando, después de un concierto, alguno de los integrantes de Munn publica algo en el perfil de la banda con respecto a cómo estuvo el evento. De ahí los comentarios que responden a lo que se postea en el perfil de Facebook de la banda ayuda a consolidar la imagen de la misma y al grupo de fans de la banda como tal. Con esto se aclara el hecho de que el internet es un espacio por el cual transita un sinnúmero de información pero que está guiada hacia un público en específico mas no para todos (más allá de que todos tienen acceso, hay que querer acceder a la información deseada y tiene que haber alguien detrás administrando aquella información).

2.6) El trabajo individual como consecuencia del capitalismo y su relación con las tecnologías de la comunicación

Partiendo de la visión del posmodernismo se puede hablar de que a consecuencia del capitalismo y, específicamente, del resultado de su relación con las tecnologías de la comunicación han aparecido ciertas características nuevas que están dando paso a nuevos procesos culturales (Balardini, 2006; Augé, 1998; Harvey, 2010).

Una de las consecuencias del capitalismo actual es un proceso de individuación, entendido como el repliegue de las personas en sí mismas frente a un sinfín de actividades e información que pueden realizar y revisar. Sin embargo donde más evidente se hace el tema de la individualidad es en el aspecto laboral, puesto que ahora el trabajo de muchas personas es tan solo frente a su ordenador.

Un claro ejemplo sería el primer proceso de composición de la banda Munn (que se mencionó en los subcapítulos anteriores) en donde se ve como los integrantes de la banda crearon algunas de sus canciones a partir del trabajo individual que implica estar frente a un ordenador más allá de que el trabajo de la banda sea algo colectivo: en otras palabras se trabaja juntos pero no revueltos. Ahora el trabajo individual implicaría una nueva posibilidad de participación social ya que el trabajo en grupo no necesita ser presencial estrictamente y además permite que el mismo se desarrolle sin que esto implique algún tipo de posicionamiento oficial; en el sentido en que los músicos de Munn componen sus canciones sin necesidad de pertenecer al aparataje de una disquera o productora a pesar de que cumplen con los pasos que requiere todo el proceso de la industria, pero con las herramientas artesanales (en el sentido de carencia de tecnología de punta y un proceso establecido de distribución masiva, producción en masa, etc.), técnicas (según les permita su bolsillo) y sus conocimientos adquiridos.

Habiendo explicado el proceso de funcionamiento del capitalismo la globalización y esta nueva percepción del espacio-tiempo en relación, claro está, con la tecnología es necesario cotejarlo con lo que implica la consolidación de las identidades juveniles en un mundo en donde las computadoras presentan un espacio de tránsito para los jóvenes (y demás grupos de edad), en el cual uno se hace con la información que recoge en el camino

y construye así una identidad. Es precisamente de este tema de cual se hablará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO 3

CULTURAS JUVENILES, TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y CONTEMPORANEIDAD

En el presente capítulo se hablará del concepto de culturas juveniles y cómo el mismo se ha modificado gracias a los cambios explicados anteriormente (nueva noción de espacio-tiempo; hipertextualidad; instantaneidad; etc.). En otras palabras lo que se intentará hacer es un contraste entre lo que se entiende por culturas juveniles y la relación que este concepto guarda con el contexto político, económico, social, tecnológico y cultural de la contemporaneidad.

Para poder dar una explicación adecuada del tema que atañe al presente capítulo se dividirá al mismo en tres partes. Primero se indicará en qué consiste el concepto de culturas juveniles, es decir de dónde viene lo que se entiende por el ser joven; cómo aparece esta noción; y cómo se transforma según se va dando el desarrollo del capitalismo. En resumen este acápite va a dar el marco sobre el cual se va a poner a discutir los diferentes elementos que están actuando dentro del concepto de culturas juveniles.

A continuación en el segundo acápite se hablará del mercado mundial, la globalización, las industrias culturales y las tecnologías de la comunicación en relación con el concepto de culturas juveniles tratado en el subcapítulo anterior. Por tanto en esta parte del presente capítulo se hablará del hecho de que el target del mercado mundial está dirigido en su mayoría, hacia los jóvenes y cuál es el resultado de esta relación entre globalidad y las culturas juveniles.

Finalmente, en el último acápite se discutirá el tema de las identidades juveniles fragmentadas como consecuencia del capitalismo actual. Por lo tanto se contrastará el concepto de culturas juveniles y la relación que dicho concepto mantiene con el capitalismo pero con la finalidad de ver cómo se puede pensar las implicaciones del ser joven en la actualidad. El objetivo de este acápite será entonces replantear la discusión sobre la

problemática de las culturas juveniles y la relación que guarda con la contemporaneidad y, a la larga, con la conformación de la subjetividad.

3.1) Culturas juveniles

La condición del ser joven surge, según el investigador Carles Feixa (1999), a partir de un proceso que se estaba dando antes de la Segunda Guerra Mundial. Este proceso es el surgimiento de los estados nacionales lo cual viene acompañado de la industrialización de la economía. Sin embargo antes de hablar de la industrialización es necesario prestar atención a lo que la investigadora Rita Laura Segato (1998) explica con respecto al estado-nación. Según Segato, el estado-nación ha sido quien ha provocado el surgimiento de las alteridades étnicas dentro de sus propias fronteras partiendo del hecho de que el proceso de construcción del mismo es un proceso de construcción de raza en el cual los grupos raciales de origen son transformados en componentes étnicos de la nación bajo el dominio de la raza dominante (Williams 1993: 154 en Segato, 1998, pág. 4). Ahora para contextualizarlo en cuanto al tema que atañe a esta investigación la autora aclara lo siguiente:

Es importante recordar, junto a esto, que si, como esta autora sugiere [Williams], los estados anglosajones en el nuevo mundo, y particularmente los Estados Unidos, crearon "raza" como el modo más relevante de heterogeneidad en su interior, otros estados nacionales pueden haber creado otras discontinuidades a lo largo de otras fronteras interiores, que resultaron de mandatos diferentes del racial pero igualmente ineludibles y se corporificaron con la misma concreción, generando jerarquías y tensiones equivalentes (Segato, 1998, pág. 4).

En otras palabras lo que Rita Laura Segato explica es que el estado-nación surge acompañado de un discurso específico que va a entrar en conflicto con una serie de actores que, a medida que se desarrolla el proceso de creación del aparato del estado, van a empezar a hacer demandas al mismo (Marx, 1980). Uno de estos discursos que florecen son los de los jóvenes quienes gracias a la aparición de las escuelas y, en fin del sistema educativo que acompañó a la industrialización, se ven enfrentados a sí mismos y a su vez encuentran el reconocimiento en los espacios que se consolidan en las escuelas.

Para explicar la relación del surgimiento del estado-nación, la industrialización y las culturas juveniles se debe partir de que la industrialización implica una división social del trabajo específica, la cual necesitaba de que una parte de la fuerza laboral tenga una mayor

preparación y otra (la cual se vería representaba por los obreros fabriles), la cual es la más numerosa, no tenga ninguna.. También de la industrialización deviene otro hecho clave para entender esta problemática y es que en esta época aparecen una gran cantidad de unidades educativas de preparación primaria, secundaria y universitaria a lo largo del mundo (en fin del sistema educativo tal como los conocemos ahora), lo cual desencadenaría en que los jóvenes encuentren un espacio donde socializar entre ellos.

Ahora bien, ¿qué tiene que ver lo antes mencionado con los jóvenes? Dicha división social del trabajo implica que los nuevos aspirantes a un puesto dentro de las industrias tienen que prepararse para desarrollar diversas actividades como fuerza laboral. La preparación que devino de la división social del trabajo tuvo una consecuencia en los jóvenes, y es que gracias a los nuevos niveles de escolaridad se da un retraso en el ingreso laboral de los jóvenes proveyéndoles de un tiempo libre que está marcado por la socialización entre ellos y que se da en las escuelas, colegios y universidades (Feixa, 1999; Balardini, 2006; Britto García, 1990), es decir en un espacio que fue creado para ellos.

El retraso en el ingreso al mercado laboral de una porción de los integrantes del conjunto social que permita un desarrollo educativo más elevado de la población con calificaciones acordes a los nuevos desafíos de la producción y división social del trabajo, ha constituido uno de los hechos centrales para la conformación de la idea de lo juvenil como fenómeno moderno (Urcola, 2008, pág. 17).

La consecuencia de que los jóvenes empiecen a relacionarse entre ellos es que ahora surge la necesidad de identificarse y que, además, esta identificación sea direccionada hacia sus pares y que esté acompañada de un consumo simbólico que va a dar como resultado la construcción de identidades muy propias de los jóvenes. Es decir, a partir de que los jóvenes empiezan a buscar ya no la aceptación de sus padres, es que empiezan a elaborar signos y símbolos que circulan en los espacios en donde se relacionan entre sí y que a la vista de la cultura dominante implica un cierto riesgo para el funcionamiento de la sociedad.

La relación de los jóvenes con la cultura dominante está mediatizada por las diversas instancias en las cuales este poder se transmite y se negocia: escuela, sistema productivo, ejército, medios de comunicación, órganos de control social, etc. Frente a estas instancias, los jóvenes establecen relaciones contradictorias de integración y conflicto, que cambian con el tiempo (Feixa, 1999, pág. 85).

Si se parte del hecho de que los jóvenes establecen relaciones contradictorias de integración y conflicto con la cultura dominante es porque estos ya no están, como se dice anteriormente, muy interesados en seguir reproduciendo lo que sus padres hicieron a su edad, sino que más bien buscan un reconocimiento horizontal entre sus pares. Así se explica el surgimiento por ejemplo de grupos como los skinheads, los punks, los teds y demás en Gran Bretaña y luego alrededor del mundo. Sus vestimentas llevan consigo un mensaje claro ya que no estamos hablando de jóvenes que tan solo están ligados al ámbito del hogar sino que ahora también tienen pequeños espacios en donde pueden tener cierta autonomía en cuanto a la producción y reproducción cultural propia. Entonces es claro que cuando Feixa (1999) menciona que surgen una especie de micro sociedades juveniles se habla de que los jóvenes están empezando a construir un mundo para ellos lejos de la hegemonía parental y de la cultura dominante; las cuales arbitrariamente les habían otorgado ciertas características que no responden a la necesidad real de su representación como seres en el mundo.

Otro elemento que cabe recalcar es la heterogeneidad de las culturas juveniles ya que como se ha visto, existe un sinnúmero de grupos de jóvenes con diversas insignias que responden a una identidad específica. Para Feixa (1999) las culturas juveniles no son homogéneas ni estáticas ya que cada joven construye su identidad tomando elementos de diversos lados para hacerse de un capital simbólico cultural. Por otro lado, en cuanto a este tema, Zebadúa Carbonell sostiene:

La “resistencia” de los sujetos juveniles se da en forma de “prácticas culturales” que, al mismo tiempo, se “territorializa” en espacios físicos como la ciudad, el barrio, la escuela, la familia, etc.; estas prácticas, al estar traspuestas con otras categorías analíticas, abre el abanico conceptual juvenil: por ejemplo, no es lo mismo ser joven obrero que un universitario. Por tanto, no existe una sola juventud sino diversas “juventudes”. Al estar observando las prácticas culturales juveniles nos damos cuenta de la existencia de muchas maneras de reinterpretación de la realidad, a partir de distintas trayectorias de vida en donde se encuentran, por ejemplo, la clase social, el género, la escuela, que signan definitivamente las formas del ser joven que, al mismo tiempo, se representan mediante experiencias o prácticas culturales (Zebadúa Carbonell, 2008, págs. 56-57).

En la cita anterior se ve que la heterogeneidad de las culturas juveniles no solo responde a la mera decisión de cuáles son los elementos que toma cada joven para construir su capital

cultural simbólico sino que este se encuentra atravesado por elementos como su género, su clase, etc. Sin embargo algo que posibilita a las diversas formas de expresión cultural de los jóvenes es su búsqueda de reconocimiento horizontal dentro de estas micro sociedades como las de los punks, skinheads, etc.

Uno de los elementos que se deberá tener en cuenta en los siguientes subcapítulos será el de la relación de la clase social y las culturas juveniles. Según los investigadores de la Escuela de Birmingham (Hall y Jefferson, 1983 en Feixa, 1999, pág. 91), la clase tiene una incidencia de gran importancia dentro de la conformación de las culturas juveniles. Ellos proponen a la clase como factor estructurante ya que las culturas juveniles podrían entenderse en el marco de la interacción que se lleva a cabo a partir del uso y consumo tanto del capital social como del capital simbólico cultural (Bourdieu, 1985).

Un ejemplo de cómo actúa la clase como factor estructurante y, a su vez, como discurso ideológico en las culturas juveniles se lo puede ver en cómo se juzga el uso del capital cultural simbólico por parte de estos grupos. Cuando yo era adolescente y estaba convirtiéndome en un rockero, decidí empezar a optar por hacerme con un capital cultural que me permita pertenecer y reconocermelo como tal. Entonces comencé a usar pantalones de jean que tenían huecos en las rodillas, aretes en el pabellón de las orejas, las uñas pintadas de negro, el cabello largo, etc. Recuerdo claramente que a la primera reunión familiar que fui usando este capital simbólico el juicio por parte de mis parientes no se hizo esperar. La interpelación familiar que más me llamó la atención fue el hecho de que se me dijo que cuál era la necesidad de parecer un maleante o como una tía mía, que vive en Panamá, me dijo un “racataca”.

El hecho de asociar mi capital cultural simbólico con la delincuencia habla de cómo la clase funciona como factor estructurante que delimita el comportamiento, el uso y consumo de las prácticas de las culturales juveniles. Dichas prácticas ante los ojos de mis familiares les resultaron una afrenta total ante lo que ellos eran y el espacio que ellos ocupaban en la sociedad. Eso explica el hecho de que mi capital simbólico se relacionara con la delincuencia más allá de que yo hubiese o no tratado de convertir en un delincuente. De esta manera vemos que la clase social y su función estructurante actúan en cuanto al uso

y consumo del capital social y cultural de las personas, y este caso los jóvenes (Bourdieu, 1985).

La generación también es un factor importante que tiene cierta injerencia dentro las culturas juveniles. Cuando se habla de generación lo que se quiere decir es que las culturas juveniles no están fuera del devenir de la historia sino que las mismas surgen dentro de un contexto que implica un proceso social de cambio (Feixa, 1999). Entonces no es raro ver que los jóvenes en la contemporaneidad estén siendo afectados por la época en que viven. Es decir que no va a ser una sorpresa que las tecnologías de la comunicación estén marcando un cierto cambio dentro de la construcción de los procesos culturales de los jóvenes (profundizaré este tema más tarde).

Consideramos que la juventud es una condición constituida por la cultura pero que tiene una base material vinculada con la edad. A esto le llamamos facticidad: un modo particular de estar en el mundo, de encontrarse arrojado en su temporalidad, de experimentar distancias y duraciones. La condición etaria no alude sólo a fenómenos de orden biológico vinculados con la edad: salud, energía, etc. También está referida a fenómenos culturales articulados con la edad. De edad como categoría estadística o vinculada con la biología, pasamos a la edad procesada por la historia y la cultura: el tema de las generaciones (Margulis & Urregui, 2013, pág. S/N).

Luego de haber explicado cuales son los factores que influyen dentro de las culturas juveniles es momento de pasar a ver cuál es el concepto de juventud y cómo este ha cambiado gracias a las modificaciones que se han dado dentro de la economía, la política, la sociedad, etc. En la tesis de Zebadúa Carbonell se concibe a la juventud bajo los siguientes términos:

En tal sentido, Levi y Schmidtt (1996) han subrayado el concepto de juventud como liminal en el tiempo y el espacio dentro de la conformación de las sociedades: “(es) un fenómeno transitorio, tránsito que no es simple paso hacia una etapa, fase o estatus distinto, superior o inmediato, pues su duración supone la preparación del joven para arribar al estatus de adulto” (Levi y Schmidtt, 1996). Observan, de igual manera, las características del comienzo de una serie de certidumbres que deben obtener todos los integrantes de la sociedad, como la madurez sexual, la formación del criterio o intelecto, las promesas durante el período de la adolescencia, también la ausencia de la autoridad y la adquisición de poderes, etc. Todas ellas son definidas y promovidas de acuerdo a las pautas culturales de las sociedades, de lo que se deriva la imposibilidad de pensar en una estabilidad definitiva de juventud o de todas las narraciones culturales de los propios jóvenes, ya que convergen,

como ya se ha mencionado, en procesos mayores que implican situaciones de tipo estructural (Zebadúa Carbonell, 2008, págs. 62-63).

En este concepto se ve la relación entre los jóvenes y el mundo que los rodea como un espacio normativo en el cual deben ganarse ciertas características para poder ser ciudadanos o en otras palabras “adultos”. Entonces este imaginario de lo que son los jóvenes es una construcción arbitraria e impositiva por parte de la cultura dominante que busca encaminar a la juventud hacia los jardines del Edén de la adultez. Sin embargo, a pesar de que este concepto de juventud ha sido ampliamente estudiado tiene ciertas falencias como lo explica Zebadúa Carbonell:

Ciertamente, la juventud se desenvuelve en medio de este doble lenguaje emanado de los discursos institucionales: una vez insertada dentro de la alusión de la “bondad” como estrategia de apaciguamiento por parte de esa visión que delimita la cuestión juvenil, también es sinónimo de un espacio intersticial, de la mano de la improductividad social, formando parte del rubro no considerado dentro de lo “normal” en medio del estado de cosas hecho a modo por el universo adulto que segrega y margina a la juventud. Se es “irresponsable” y “inmaduro” porque aún no se tiene el status social garantizador de las mejores tradiciones de ese orden e institucionalidad que glorifica la necesidad del ser alguien, sin forzar la estrategia de la representación del ciudadano pasivo, y negando siempre la posibilidad del cambio, cualquiera que este fuere, y de cualquier espacio social que provenga (Zebadúa Carbonell, 2008, págs. 45-46).

En suma si la juventud se desenvuelve dentro de un doble lenguaje se puede ver que existe una manipulación de lo que es ser joven por parte de la cultura dominante. Es decir es bueno ser joven ante los ojos de la cultura dominante cuando este demuestra que está recorriendo por el camino que se le ha marcado. Pero si el joven se convierte en agente de cambio entonces la hegemonía lo ha de señalar con el dedo buscando interpelarlo y hacerlo “entrar en razón” para que siga por los caminos del bien.

En fin, el concepto de juventud ha traído consigo cierto nivel de complejidad ya que, por un lado, se busca encaminar al joven y por otro también se lo reconoce como una especie de héroe en cuanto a sus capacidades biológicas etarias, las cuales le permitirían tener detrás de si la condicionante de que la juventud es la mejor etapa de la vida. Ahora se hace evidente que el capitalismo de la acumulación flexible y sus implicaciones (mercado mundial, globalización, industrias culturales, etc.) están actuando sobre lo que involucra ser joven. De este tema se hablará en el acápite a continuación.

3.2) Las culturas juveniles y su relación con la globalización, el mercado mundial, las industrias culturales y las tecnologías de la comunicación.

Es importante introducir un término para hablar del contexto en el cual se están dando la producción y reproducción cultural de los jóvenes, entonces ya no hablaremos de meramente culturas juveniles sino de culturas juveniles globales partiendo de la relación que guardan los jóvenes con la globalidad (Hopenhayn, 1997; Nilan, 2004; Urcola, 2008).

Sin embargo, es preciso recordar que cuando se definió a la globalización en el capítulo anterior, se decía que se concebía a esta como un proceso de relaciones específicas marcadas por el globalismo (Kearney, 1995; Tsing, 2000). En medida de que las culturas juveniles globales toman los elementos sobre los cuales construyen sus identidades gracias a que, en la globalización existe un flujo constante de los productos o artefactos de las industrias culturales. Un ejemplo se lo podría encontrar cuando Mariela hablaba de aquella página pitchfork.com en donde ella encontraba información con respecto a las últimas noticias de sus bandas favoritas. En cuanto a este tema Zebadúa Carbonell señala lo siguiente:

Todo ello se inscribe en un espacio epocal en el cual, hoy día, los medios de comunicación son decisivos para la construcción identitaria juvenil, representada como “blanco de consumo” a partir de la globalización de los lenguajes mediáticos. En estos procesos intervienen el mercado y las industrias culturales que enfocan su aparato comunicacional en la creación de nuevos discursos juveniles y, desde luego, nuevas identidades (Zebadúa Carbonell, 2008, pág. 70).

Si se parte del hecho de que la construcción de las culturas juveniles deviene de su interacción con el mercado mundial, las industrias culturales, la relación de estas en el ámbito de lo local como proceso de producción y reproducción cultural, etc., se puede decir que se está dando una complejización de las estructuras de la alteridad que se encuentran en contextos globales ya que esto desterritorializa a las identidades y las encierra dentro del flujo de la información que circula por la globalidad y la relación de los jóvenes con ellos mismos en el diario vivir. Así se explicaría el porqué de que el rock sea un movimiento global más allá de que haya surgido en los Estados Unidos e Inglaterra bajo la influencia de la música afro como el blues, el jazz, el swing y demás.

Por otro lado, es necesario entender cómo es que funciona el mercado mundial en relación a las culturas juveniles. Dicho mercado mundial tiene como característica la hipervalorización de la juventud a través de la propaganda de las industrias culturales que por este circulan. De aquí deviene el hecho de que la juventud se ha convertido en un producto o dicho de otra manera, en el modelo ético sobre el cual se anclan las propagandas de los productos u artefactos de las industrias culturales (Hopenhayn, 1997).

El mercado mundial reduce la pluridimensionalidad social, política, cultural, etc., al ámbito de la economía, en el sentido en que la misma presupone ciertas prácticas a llevarse a cabo ya que están marcadas por una forma de producción específica: el capitalismo de la acumulación flexible (Urcola, 2008). Entonces el hecho de que las estructuras de alteridad estén siendo construidas en base a la lógica de las industrias culturales que transitan por el mercado mundial implica que en efecto este ha reducido la pluridimensionalidad al liderazgo del ámbito económico por encima de las prácticas sociales y culturales dentro del contexto de globalización.

Sin embargo, no se puede ver cómo es el funcionamiento del mercado mundial y su relación con la construcción de las culturas juveniles globales sin tener en cuenta que la vía de acceso son las tecnologías de la comunicación. Dichas tecnologías, gracias a las características de las que se hablaba en el capítulo anterior (nueva noción de espacio-tiempo; instantaneidad de la información, hipertextualidad; etc.) permiten que los jóvenes de Munn tomen elementos del mercado mundial (la música que escuchan, la vestimenta que usan, los artefactos multimedia que usan, entre otros) para hacerse de un capital cultural simbólico que les permita construir una identidad como banda. Esta identidad al regresar al flujo de información de la globalización se convierte en un ícono para los jóvenes seguidores de la banda. Estos seguidores a su vez ven a los integrantes de Munn como representantes de lo que sería la cultura juvenil de la música alternativa de Quito, y toman así de ellos elementos con los cuales configurar su propia identidad. De ahí el porqué de la importancia que le da Mariela, la vocalista de Munn, a la administración del perfil de Facebook de la banda.

De la dinámica entre la banda Munn y sus seguidores se podría decir que hay un consumo simbólico dentro de las culturas juveniles que permite crear un capital cultural y,

que este consumo es también parte de la misión del mercado mundial y de las industrias culturales que lo conforman (Zebadúa Carbonell, 2008). Es decir, el mercado mundial pone en circulación a los artefactos y productos de las industrias culturales con el fin de que estas sean un elemento a consumirse pero que a la vez consiste en materia prima para la construcción de nuevas identidades como la cual, en este caso, sería la banda Munn y su aporte artístico entendido como proceso de producción y reproducción cultural.

Ahora, aquí se hace evidente la que se está dando una forma de aprendizaje, en cuanto a la construcción de la identidad de los jóvenes se refiere, dentro de las dinámicas de la globalidad ; y que además, como se explica en el subcapítulo anterior, está dirigida hacia el reconocimiento ya no de la hegemonía parental y de la cultura dominante sino de la cultura juvenil a la que se esté adscrito. Así es como los jóvenes están aprehendiendo el mundo que los rodea; ya no bajo la enseñanza de sus padres sino bajo los elementos que los íconos de las industrias culturales les están brindando dentro de la globalidad.

Partiendo de lo que se explica en el párrafo anterior se puede ver que el aprendizaje, en cuanto a la socialización con sus pares se refiere, los jóvenes están construyendo sus identidades a la vez que se entretienen. Para explicarlo de mejor manera es necesario mencionar que antes los valores que los jóvenes tenían eran transmitidos por la tradición que llevaban consigo sus padres. Sin embargo ahora los íconos de las industrias culturales están también ofreciendo valores de un deber ser que circula por la globalidad de ciudadano del mundo. ¿De dónde viene todo esto? Si se les pregunta a los muchachos de Munn con respecto al medio ambiente ellos van a ser pro ambiente; si se les pregunta en cuanto a el movimiento GLBTI también van a ser pro GLBTI, entonces los chicos de Munn no dudarían ni por un segundo si se les invita a tocar en un concierto organizado por ambientalistas o por el movimiento GLBTI. En este preciso momento, y a raíz del incidente de la modelo quiteña muerta en estos días, la vocalista de Munn, Mariela, ha sido convocada para participar en un concierto que se llama mujeres habitadas como solista.



Ilustración 2: Tomado de la página del perfil de Facebook de Mariela la vocalista de la banda Munn

El hecho de que los jóvenes músicos estén organizando conciertos que tienen el fin de denunciar ciertos problemas sociales habla de que existe una especie de socialización de valores brindada por jóvenes y dirigida hacia jóvenes; es decir otra vez se está frente a un reconocimiento horizontal de ciertos valores lo cual no va en detrimento de que sus padres puedan estar también a favor de estas problemáticas. Por consiguiente ahora ya no solo la hegemonía parental transmite valores a sus hijos sino que también los jóvenes transmiten valores hacia sus pares lo cual está atravesado por el flujo de industrias culturales con las cuales se construyen las culturas juveniles. En este sentido no es raro ver que también las bandas internacionales que escuchan los músicos de Munn estén ligadas a grupos como Greenpeace o el ejemplo de Bono (vocalista de U2) quién ha sido desde el inicio de su carrera un filántropo que ha transmitido valores con respecto a sus luchas activistas. Entonces se podría decir que unos jóvenes ahora también tienen una visión crítica del mundo que les rodea y que además buscan transmitir valores que son importantes y constitutivos de sus identidades culturales y que de esta forma generan aquellas micro sociedades de las que hablaba Feixa (1999).

También es preciso mencionar que al momento en que los seguidores de Munn acuden a los conciertos de la banda, se están exponiendo de cierta forma a los productos y artefactos de las industrias culturales que los integrantes de la banda han seleccionado para construir su música. Así se ve cómo es que el aprendizaje cultural por llamarlo de alguna manera tiene este carácter lúdico.

Ahora no se puede pasar por alto el factor de la clase social a la que pertenecen las distintas culturas juveniles ya que los valores de la globalidad y la forma en que llegan depende del acceso a las tecnologías de la comunicación y de las distintas posibilidades y metas de la construcción identitaria de los jóvenes.

Para traerlo al contexto ecuatoriano no hace falta sino ver el movimiento metalero de “Al sur del cielo” el cual tiene como lema el hecho de que incluso la virgen del Panecillo les da las espaldas como metáfora de reclamo hacia la cultura dominante por sus derechos como ciudadanos quiteños. Por lo tanto no es extraño encontrar que la temática de muchas de las bandas de metal del grupo “Al sur del cielo” tenga un carácter anti religioso puesto que comprenden que la religión es precisamente una de las instituciones regidoras de la cultura dominante.

Más allá de la clase a la que pertenece el movimiento “Al sur del cielo” esto no lo desvincula con la relación de la globalidad, puesto que para construir sus procesos de producción y reproducción cultural tienen que necesariamente remitirse a las tecnologías de la comunicación para enterarse de las noticias de las bandas que ellos escuchan. Aquí se ve una similitud en cuanto a lo que Mariela de Munn hacía cuando comentaba que entraba a la página pitchfork.com. De esta manera se hace claro un elemento y es que no se puede pensar en las culturas juveniles sin antes introducir el término “global” ya que es precisamente de la globalidad de donde proviene parte de la materia prima con la que se dan las construcciones identitarias tanto de la banda Munn como del movimiento “Al sur del cielo”. Ahora este tema se va a tratar con mayor detalle en el siguiente subcapítulo.

3.3) Identidades juveniles contemporáneas

El capitalismo de la acumulación flexible, su funcionamiento y su vía de tránsito (las tecnologías de la comunicación) han llegado a tener tal influencia dentro de la

construcción identitaria juvenil que ahora no se puede hacer un análisis de este tema sin enmarcarlo en relación a la globalidad que lo circunda. Como se explicó en el primer subcapítulo, las culturas juveniles surgen en el marco del desarrollo del capitalismo industrial; por otro lado las tecnologías que, con el pasar del tiempo, fueron ayudando al desarrollo de esta forma de producción económica han tenido también ciertas implicaciones en el diario vivir de los jóvenes que las utilizan.

A manera de consecuencia los jóvenes, no solo de la banda Munn, se han ido integrando dentro de la lógica del funcionamiento de la sociedad de la infocomunicación debido a que los juegos de video y los ordenadores personales les han brindado la posibilidad de encontrar un nuevo espacio donde llevar a cabo la socialización, la producción y reproducción cultural (Balardini, 2006; Winocur, 2006). No resulta raro que al momento de hacer una investigación, que tenga como sujeto de estudio a los jóvenes, se deba contrastar a la construcción identitaria de este grupo junto con el capital cultural simbólico que dichas culturas juveniles están obteniendo de la globalidad.

En este sentido, Max Frisch, decía que debemos considerar a las tecnologías como el truco que consiste en organizar el mundo de tal modo que no tengamos que experimentarlo (Frisch en McLuhan, 1996). Así de esta manera las tecnologías de la comunicación generan cambios en cuanto a los procesos de producción y reproducción cultural. Entonces no es de extrañarse que la configuración de las subjetividades en la contemporaneidad este también modificada.

Para Irigaray, como para Deleuze, el sujeto no es una sustancia, sino, por el contrario, un proceso de negociación entre las condiciones materiales y semióticas que afectan al propio yo encarnado y situado. Desde esta perspectiva, la <<subjetividad>> designa el proceso que consiste en acordonar –bajo la unidad ficticia de un <<yo>> gramatical- formas diferentes tanto de interacción activa y reactiva con estas condiciones, como de resistencia a las mismas. El sujeto es un proceso hecho de desplazamientos y negociaciones constantes entre niveles diferentes de poder y de deseo que no deja de moverse entre la elección voluntaria y los impulsos inconscientes. Toda apariencia de unidad que pueda contener no es una esencia otorgada por Dios, sino, por el contrario, una coreografía ficticia que se desarrolla a múltiples niveles en el seno de un yo socialmente operativo. Esto implica que lo que sostiene todo el proceso de devenir sujeto es la voluntad de saber, el deseo de decir y de hablar, como un deseo de devenir fundacional, primario, vital, necesario y, por lo tanto, original (Braidotti, 2005, pág. 99).

Ahora se entenderá de mejor manera lo que Braidotti nos dice a partir del siguiente ejemplo. El 15 de agosto del 2012 se llevó a cabo un concierto en la discoteca “La Juliana” de Quito. Allí se presentó la banda Munn y el concierto fue un éxito. Al acabarse algunas de las personas que habíamos asistido a dicho evento, fuimos luego a la casa de Mariela, la vocalista de Munn. Ya en el lugar me di cuenta que lo primero que se hizo fue conectar un Ipod a unos parlantes para escuchar música. Sin embargo lo que me llamó la atención fue el hecho de que muchas de las personas que asistieron a esta fiesta en la casa de Mariela tenían un Ipod o un Smartphone donde tenían música que escuchaban con asiduidad. A medida que transcurría la noche fueron conectándose varios Ipods y celulares de varias personas y vi de cierta forma que esto constituía una suerte de competencia, ya que la música que tenían dentro de estos aparatos cumplía con la misión de ser un capital cultural simbólico, el cual dentro de un grupo de músicos, revestía de cierta positividad a las personas que conectaban dicho aparato al sistema de audio. De esta manera se ve como la tecnología permite constituir los procesos de subjetividad de los jóvenes que como dije anteriormente buscan un reconocimiento horizontal, en tanto que se da entre pares, lo cual cohesiona a los jóvenes como grupo (el cual sería el de la escena quiteña de música alternativa).

El campo del consumo cultural se hace tan diverso que resulta muy difícil trazar actualmente la línea donde acaba la industria cultural. La lógica del software salta de la pantalla a la calle, y se convierte en una nueva forma de procesamiento de la cultura. El consumo cultural adquiere una forma nueva que sirve de envase a contenidos muy diversos: la forma del software, que cada cual enciende, apaga e intercambia según preferencias, situaciones u objetivos (Hopenhayn, 1997, pág. 10).

El hecho de que se esté llevando un capital cultural simbólico en un pendrive o en un Ipod es una clara evidencia de que se están dando nuevos procesos de constitución de las subjetividades juveniles. Aquí se ve que la construcción identitaria se está complejizando debido al consumo de este capital cultural simbólico que brinda a los jóvenes nuevas formas de crear y representar al mundo que los rodea a través del uso y consumo de las tecnologías de la comunicación.

Otro elemento que toma una gran relevancia es la clase (en función del tránsito y el uso de las tecnologías de la comunicación) a la que están adscritas las diversas culturas juveniles debido a que, más allá de la disponibilidad de las tecnologías, los jóvenes acceden a las industrias culturales pero la forma en que se relacionan la cultural y la información obtenida a partir de las tecnologías difiere según la meta de dicha información en cuanto a la consolidación de las diferentes identidades:

Vemos así como las características de la cultura de aparato dependen del modo de producción en el cual está inserto. Por ello, las contraposiciones señaladas por la crítica entre cultura de masas, middle-cult, locabroca, pop, kitsch, por un lado, y por el otro cultura superior, refinada, high-cult, high-broca, de élite y buen gusto, corresponden a la divergencia entre cultural difundida por un empresario y consumida por un mercado industrial, y cultura producida artesanalmente para el mercado de un público limitado, frecuentemente ocioso, y en consecuencia susceptible de un adiestramiento cultural elaborado. Casi todas las variedades de cultura «superior» presentan los rasgos de producción artesanal —esto es, altamente personalizada— para un mercado selecto: literatura experimental, pintura de caballete, música clásica, teatro de vanguardia. La cultura «de masas», en cambio, es producida de forma industrial —en equipos especializados, cuyas operaciones están reguladas y cuyos integrantes son en principio impersonales y por tanto sustituibles— y destinada al consumo masivo a través de un aparato de distribución muy complejo, tanto en lo técnico como en lo administrativo: literatura de entretenimiento, comic, publicidad, prensa amarilla, música «popular», cine y televisión corresponden —salvo excepciones— a este esquema (Britto García, 1990, págs. 16-17).

Ahora bien, lo que explica Britto García se ve muy claramente comparando por ejemplo a la banda Munn, quienes pertenecerían a este grupo de producción artesanal selecto. En cuanto a esta producción artesanal selecta de la banda Munn se la puede vislumbrar en el simple hecho de que el guitarrista Pablo utiliza una mandolina en una de las canciones de su banda. El uso de la mandolina hablaría de esta forma de producción artesanal selectiva ya que implica utilizar un elemento que reviste a la música de Munn de un cierto capital cultural simbólico. Teniendo en cuenta lo que Castro-Gómez (2005) decía con respecto al neocolonialismo, la banda Munn al producir un género de música electrónica que tiene un cierto grado de globalidad debido a las industrias culturales que la atraviesan, entra de esta manera en la globalidad pero a través de procesos de legitimación que impliquen esta relación entre la cultura y la globalidad: la mandolina.. Es decir, se ve aquí que el uso de los productos y artefactos de las industrias culturales y el entrar en el flujo de las mismas por

parte de los músicos de Munn está revestido de un carácter periférico en cuanto al aporte que se haría, por parte de esta banda, a la globalidad. Sin embargo es importante mencionar que Munn a su vez, en relación con sus fanáticos, sirve como una vía local para entrar y hacerse con los flujos de las industrias culturales que pululan en el mercado mundial, aparte del acceso que ya tienen por su propia cuenta.

Un mercado de mensajes que entra en el circuito del intercambio global y del aceleramiento temporal, donde los consumidores necesariamente deben tener algo de productores (al menos como selectores), transforma los límites de la cultura pesada y liviana, la alta y baja cultura, lo ilustrado y lo popular, lo nacional y lo exógeno. La cultura se hace parte de un mercado –el mercado de mensajes, o de intercambio simbólico- en que el grueso de los bienes y servicios son de rápida obsolescencia, y pasan de una mano a otra y de una ciudad a otra al compás de la innovación tecnológica e informativa. El consumidor se convierte en un hermeneuta: "su función es seleccionar, reconocer y apropiarse de ese universo...está condenado a ser él mismo intérprete de las interpretaciones que circulan a su alrededor, a traducir experiencias simbólicas que sin ser 'reales' en su propia biografía lo son sin embargo en su experiencia como consumidor de experiencias simbólicas producidas para él" (Brunner, 1988 en Hopenhayn, 1997, pág. 9).

Por otro lado la producción y creación artística de la banda Munn implica el uso de instrumentos multimedia. Por ejemplo si se ve la alineación de los músicos que conforman a Munn, en la misma se menciona la función que cada integrante realiza en la banda. Entonces vamos a encontrar que el guitarrista de Munn no solo toca la guitarra sino que también es programador de la música que ellos componen; de igual manera con el resto de los integrantes quienes no solo tocan un instrumento sino que también aportan en cuanto a la composición de las canciones produciendo sonidos con herramientas multimedia, es decir programando música. Como consecuencia estos instrumentos multimedia constituirían en parte el capital cultural simbólico que una banda como Munn debe tener para avalarlos como el nexo entre la globalidad y sus fanáticos, perteneciendo al mismo género “electrónico”, que presupone como constitutivo el aporte de la tecnología dentro de su expresión musical (no solo en términos de su producción).

Recordando a Marshall McLuhan (1996, pág. 22) cuando mencionaba que en la actualidad y, gracias a las tecnologías de la comunicación, se va a dar un paso del hombre oral hacia el hombre táctil. Ahora, ¿qué o quién era el hombre oral de McLuhan y qué o

quién es el hombre táctil? Si se tendría que ejemplificar al hombre oral en una fotografía se vería a una persona leyendo el periódico en el diván de su casa. Por otro lado si se hiciera lo mismo con el hombre táctil la fotografía sería la de una persona que está frente a un ordenador y con la mano derecha en el mouse; y teniendo en cuenta que la relación entre una persona y un ordenador requiere el manejo de varios distintos lenguajes a diferencia del hombre oral quien solo se enfrentaba a un lenguaje escrito y a un idioma específico.

El hecho de estar frente al periódico solo implica que la persona sepa leer, escribir y por lo tanto hablar; entonces el hombre oral. En cuanto al hombre táctil este no solo que debe saber leer, escribir y hablar sino que también tiene que conocer el lenguaje que trae consigo el ordenador y debe tener la capacidad de adaptarse al cambio vertiginoso que tiene como característica constitutiva. De aquí se puede concluir que el hombre táctil debe desarrollar ciertas capacidades en cuanto al manejo de las tecnologías y que se puede dar bajo la tutela del internet; en otras palabras debe de ser un hermeneuta como lo explica Hopenhayn.

Entonces, ¿tiene esto algo que ver con los músicos de Munn? La respuesta sería sí. Por ejemplo cuando se hizo las entrevistas a los músicos de Munn, Álvaro (quien es diseñador gráfico de profesión) mencionaba que él aprendió el funcionamiento no solo del software que utilizaba sino también del sintetizador el cual ocupaba en algunos de los temas de la banda. He aquí al hombre táctil expresándose a través de las palabras de Álvaro; quien no solo sabe leer, escribir y hablar sino que también pudo aprender el idioma que implicaría el funcionamiento de dichos aparatos. Una vez más es evidente la relación entre cultura y tecnología que deviene del funcionamiento del capitalismo de la acumulación flexible y por lo tanto se hace necesario, si se está tratando con el tema de culturas juveniles, el prestar atención a la globalización y todo lo que esto conlleva como variable que atraviesa a los grupos juveniles.

En cuanto al hecho de que los integrantes de Munn estén tomando elementos o productos culturales de las industrias que el mercado mundial les ofrece a los jóvenes, como símbolos para construir una identidad, implica que ellos intentan entrar dentro de los flujos de producción y reproducción cultural del mercado mundial. Entonces se podría decir que la música de Munn es, a grandes rasgos, un producto cultural con el que los jóvenes

fanáticos de esta banda están reproduciendo una identidad que se les está entregando a través de sonidos y de la relación que se produce dentro de los conciertos y de la interacción que se da dentro de las redes sociales como el Facebook entre los integrantes de la banda y su público:

[Esto] se refiere a la asunción de roles, no puede ser resuelto por el consumo de objetos que presten una utilidad funcional directa, sino mediante símbolos que tiendan puentes abstractos entre realidad y rol. El joven dotado de capacidad creativa inventa estos símbolos; aquel que no la tiene, los consume. El joven obsesionado por la integración consume los que lo acercan al rol que se espera de él; el distanciado usa aquéllos que lo diferencian. En todo caso, se trata de un mercado de símbolos: de un mercado cultural (Britto García, 1990, pág. 29).

En esta cita Britto García, está hablando de cómo funciona la relación entre construcción identitaria de las culturas juveniles y el mercado mundial. Gracias a la influencia del mercado mundial, en cuanto a la híper valoración de la juventud como mercado de consumo, los jóvenes ahora se encuentran con una serie de símbolos a los que antes no estaban acostumbrados.

Así, las culturas juveniles van consumiendo productos simbólicos que están bajo la norma del funcionamiento del mercado mundial más allá de que esto suceda solo en cuanto a su relación con las tecnologías de la comunicación. Ahora es preciso mencionar, partiendo de lo que se habla en los párrafos anteriores, que las culturas juveniles no solo producen y reproducen la cultura bajo las normas del mercado mundial cuando están frente a un computador ya que esto sucede también cuando los fanáticos de Munn van a los conciertos de dicha banda. Entonces aún los jóvenes de la contemporaneidad necesitan también de la relación entre pares más allá que esta se dé a través de las tecnologías de la comunicación o no ya que es necesario que la cultura se reproduzca a partir de la interacción entre personas. De esta manera se ve que la relación de las culturas juveniles con la globalidad está estrechamente ligada con la localidad, por ejemplo como la de los conciertos de la banda Munn.

No es de extrañar que pareciera que querían lo mejor de los dos mundos. Más que hipocresía, esto parecía ser un buen ejemplo de lo que Appadurai (1990 en Nilan, 2004, pág. 42) llama “disyuntura”. Las identidades locales no son fijas y lineales, sino que se forman mediante hábitos como constituciones propias mayormente autodefinidoras (Robinson 2002: 159 en Nilan, 2004, pág. 42). En el contexto no

occidental, la constitución cultural propia –la definición de la identidad– se produce principalmente a través de la interacción de diferencia, a través de las distinciones de la cultura occidental y las oposiciones a la misma. “La diferencia es constitutiva de la identidad”, escriben Morley y Robins (1995: 45 en Nilan, 2004, pág. 42). Pero, para la mayoría de la juventud de los países en desarrollo, esto no significa una falta de conocimiento de lo occidental. De manera análoga, los jóvenes europeos critican muchas veces la hegemonía cultural de EE. UU., pero abrazan con entusiasmo los productos culturales populares norteamericanos, tales como la moda y la música, mientras se muestran categóricos en cuanto a su identidad cultural específica como franceses o catalanes. Debemos concluir que las culturas juveniles son siempre locales, sin ningún género de dudas, a pesar de los detalles derivados globalmente (Nilan, 2004, pág. 42).

Ahora se debe decir que no porque los jóvenes estén construyendo sus identidades en base a un flujo de capital simbólico cultural globalizado la interacción entre ellos localmente haya perdido importancia. Es decir más allá de que el rock sea una expresión cultural que se encuentre en todo el mundo, los rockeros no van a ser iguales a lo largo y ancho del globo terráqueo. Es por esto que se ve el surgimiento por ejemplo de bandas de rock que mezclan su música con elementos étnicos propios de la cultura a la que pertenecen. Se trata entonces de un nuevo espacio y vía de tránsito de donde se toma un capital simbólico cultural pero que va a reproducirse dentro de la interacción local como lo vemos en la relación de los jóvenes de Munn y sus seguidores; y en fin dentro de todas las culturas juveniles.

CONCLUSIONES

Después de haber recorrido por los distintos caminos y reflexiones a los que me ha llevado esta investigación debo concluir que en efecto estamos enfrentándonos a un mundo muy complejo cuyas prácticas y dinámicas podrían ser ejemplificadas con la imagen de un clúster. Es decir, se trata de una estructura con una gran red de relaciones que generan cambios y que se atraviesan una a otra generando así una especie de entropía que se crea y se destruye con cada elemento nuevo que la atraviesa. Esto hace recordar aquello que se hablaba con respecto a las características rizomáticas del capitalismo de la acumulación flexible; en donde es precisamente la flexibilidad de este lo que habla de la capacidad que tiene este sistema para poder bifurcarse y enlazar conexiones con todos sus cuerpos sin órganos (Deleuze & Guattari, 2002; Braidotti, 2000; Braidotti, 2005). Ahora es preciso mencionar que estos cuerpos sin órganos del capitalismo, la globalización y el mercado mundial, han surgido como un proceso que han maximizado las capacidades de esta forma de producción en pos de desarrollar elementos cuya característica sea la inmanencia en cuanto al funcionamiento autónomo que advierten tanto la globalización como el mercado mundial. Entonces sí, la vida en sociedad se ha complejizado y ha generado una estructura que puede resultar un tanto confusa y difícil de explicar, debido a su alto nivel de imbricación.

En cuanto a la metodología es necesario mencionar que una de mis herramientas más importantes fue mi propia experiencia como músico y rockero como base sobre la cual se generó siempre mi reflexión. Un ejemplo de esto sería que para llegar a la idea de que se carga con el capital simbólico cultural dentro de los Ipods o smartphones tuve que poner mis cinco sentidos muy atentos a cada una de las manifestaciones que se realizaba dentro de las fiestas, conciertos y demás a los que asistí como parte del trabajo de campo. Era necesario indagar acerca de que implicaba que un joven se acercase a poner música con el Ipod que el cargaba desde que salió de su casa.

Todo esto teniendo en cuenta el contexto de una fiesta en la cual se desarrollaban relaciones de poder debido a que muchos de los invitados de la fiesta eran músicos de la escena alternativa quiteña. Después de haber pasado unos minutos y, por lo tanto, algunas canciones, en seguida otro joven se acerca con su Ipod para ahora ser él quien reproduce la

música en la fiesta. Está lucha evidencia que la música que cargaba dentro de aquel Ipod tenía un valor simbólico puesto que significaba una medida sobre la cual imponerse frente al resto momentáneamente. Es así como fue que funcionó mi reflexividad durante el trabajo de campo.

El trabajo del etnógrafo entonces se tradujo en el de un observador que, a la par con la participación, ponía en tela de juicio no solo lo que se veía en las relaciones de las otras personas sino también lo que muy dentro de sí mismo también pasaba entendiendo que aquel etnógrafo también es parte de un Yo colectivo, social y culturalmente construido por el entorno que lo rodea. Sin embargo más allá de las crisis “existenciales” que me aquejaron durante este proceso, debo rescatar el esfuerzo que implica estudiar un mundo del que se es parte como actor y observador; en otras palabras como nativo y hermeneuta. Sin embargo es necesario mencionar que a la final esta investigación no consiste en una autoetnografía *per se* sino que se tomó a mi experiencia como un estudio de caso alternativo y filtro en cuento a la reflexión que se daba en torno a la observación participante y, a la larga, a la información etnográfica recogida durante esta. Debo reconocer que los trabajos en cuanto a esta perspectiva son muy nuevos y su metodología está aún en construcción, más es necesario hacer un esfuerzo por preponderar el desarrollo de los mismos para así romper con aquella característica del Otro exótico sobre el cual la antropología siempre ha tenido sus ojos encima.

Otro elemento que resultó ser una inquietud en mí, fue el hecho de hacer entrevistas estructuradas porque sentía que el llevar un banco de preguntas sobre el cual se harían las indagaciones me daba la idea de que condicionaba el marco discursivo sobre el cual se anclaría la entrevista. Sin embargo, el banco de preguntas se hizo en base a varias prospecciones de campo lo cual significó partir de una duda intuitiva sobre la cual se iba a enmarcar a las preguntas de las entrevistas, por lo que en realidad, no se estaba direccionando la entrevista en base al desconocimiento total, sino en base a un conocimiento cuya reflexión partía en si bien desde una mirada subjetiva mía pero que se anclaba a todo un contexto que me incluía a mi como actor y observador.

Creo que esto implica una suerte de fortaleza porque de otra manera las preguntas de las entrevistas si hubiesen partido del mero desconocimiento del sujeto de estudio o del

problema de investigación y en efecto hubiese estado ingenuamente (por llamarlo de una manera) direccionada. Es decir, la direccionalidad de las entrevistas partió de la sospecha y no de la ingenuidad, y en efecto esta sospecha se transformó en asombró cuando, a medida que realicé las entrevistas, me vi sorprendido por aquel mundo que estaba descubriendo; un mundo que me resultaba tan ajeno como propio.

Sin embargo el hecho de ver mi mundo como algo ajeno habla de que había vislumbrado en cierta medida, y partiendo de mis constreñimientos, la realidad pero ya no como rockero o músico sino como antropólogo. Debo reconocer que esto me resultó de la misma manera espeluznante como fascinante más estos sentimientos no eran sino un encontrarse entre dos mundos en mi cabeza que no se habían dado la mano nunca y que por primera vez se estaban viendo cara a cara.

En cuanto a la observación participante no resultó muy difícil hacer los primeros acercamientos con los muchachos de Munn que entrevisté. Sin embargo debo reconocer que antes de las entrevistas, y a manera de trabajo de campo, asistí a varios conciertos de la banda. Lo cual, desde mi perspectiva, abalizó mi posición y la petición que yo les había hecho a los muchachos de Munn cuando les dije que los iba a tomar como sujeto de estudio. De la interacción entre los músicos de Munn que entrevisté y yo surgió una relación adecuada para poder indagar desde una perspectiva equilibrada en cuanto a los términos de la relación investigador y sujeto de estudio se refiere.

Cuando asistí a los primeros ensayos de la banda me sentí como si estuviera sobrando, es decir en ese espacio no había un lugar para mí. Es por esto que de cierta forma la información que buscaba en ellos había que ganársela y no simplemente tomarla gratuitamente. Por eso asistí a sus conciertos y cuando fui a uno en particular ayudé a la banda a armar las cajas de los discos que iban a vender ese día. Así logré ingresar de una manera adecuada, como menciona Guber (2001), al grupo de Munn como un investigador que pretendía estudiar una realidad de la que fue parte hace unos pocos años atrás: la escena de música alternativa quiteña.

Por otro lado un elemento que surgió como fuente de información fue el perfil de Facebook de la banda Munn. Al ser visitado por mi parte constantemente me permitió

realizar una suerte de observación participante dentro del mundo virtual donde la banda había posicionado su imagen la cual, como se explicó en capítulos pasados, era de gran importancia para los músicos de Munn. Con esto reconozco este elemento que se coló dentro de las notas de mi diario de campo ya que de la información que posteaba la banda en su perfil y de la respuesta que obtenía esta por parte de los seguidores, pude hacer indagaciones en torno a las características de la comunicación dentro de la globalidad, que permitió ver el alcance cultural de la misma. Así se me facilitó entender de esta forma no solo la relación de las culturas juveniles con las tecnologías de la comunicación sino las dinámicas con las cuales funciona la globalización. Es por esto que menciono al perfil de Facebook como una fuente de información etnográfica que permitió enriquecer el análisis de la presente investigación.

A través de este indagar en el perfil de Facebook de Munn fue que logré entender el tema de la nueva noción de espacio/tiempo pero ya viéndola interactuar. Recordando lo que se vio en el tercer capítulo, dentro del análisis del perfil de Facebook de Munn pude ver cómo se daba la dinámica entre los productos de las industrias culturales; la relación de la banda con sus seguidores; y la instantaneidad e hipertextualidad de la información que circulaba entre la banda y sus seguidores. Así fue como llego a ver que en las redes sociales (en este caso Facebook) y sus dinámicas comunicacionales pueden permitir aquello que nosotros conocemos como socialización la cual se da también en las aulas de escuelas, colegios, universidades, bares, y demás; pero que en este caso están ancladas a las características de las tecnologías de la comunicación y para ir más lejos del mercado mundial. En otras palabras estas tecnologías están permitiéndonos comunicarnos y socializar un sinnúmero de información con un sinnúmero de intencionalidades.

En cuanto a la relación de cultura y tecnología de la que también se habla en el capítulo “Capitalismo, globalización y la nueva percepción del espacio/tiempo” debo decir que en estos últimos días la banda Munn ha conseguido ser parte de la Music Alliance Pact, el cual es un compilatorio online a nivel mundial¹³; y también consiguieron tocar en Chile en el Festival Santiago Independiente¹⁴ como se habla en un ejemplo en este capítulo. Esto

¹³ Tomado del perfil de Facebook de la banda Munn el 12/04/2013. <https://www.facebook.com/pages/Munn/160585263992266?fref=ts>

¹⁴ Ibídem.

habla de la posibilidad de producción y reproducción cultural que permiten las tecnologías de la comunicación puesto que la banda Munn, como se explica a partir de la información tomada de las entrevistas, tiene muy bien pensado la manera en la que maneja su perfil de Facebook (y demás portales donde tienen sus música online) ya que estos les significa una puerta de entrada hacia estos espacios de globalidad como el Music Alliance Pact.

Con respecto al tema del trabajo individual como consecuencia del capitalismo y su relación con las tecnologías es preciso decir que en efecto esto se da. Un claro ejemplo sería la forma en la que trabajaron los músicos de Munn cuando Mariela estaba fuera del país. En ese punto las tecnologías de la comunicación (en este caso el internet) les permitieron enviar las canciones a los muchachos de Munn hasta donde se encontraba Mariela, su vocalista. Cuando me refiero a trabajo individual me refiero a que este se lo puede realizar frente a una computadora, a diferencia de épocas anteriores en donde todos los músicos de Munn habrían de estar juntos en un estudio de grabación componiendo y tocando todos a la vez para llevar a cabo este trabajo. Esto hace referencia que para un trabajo grupal (que en este caso sería el de la composición de la música de la banda), no se necesita que dicho trabajo se dé presencialmente, ahora las tecnologías, partiendo del principio de que gracias a ellas ahora el tiempo ha vencido al espacio y también pueden suplir presencialmente al resto de los integrantes ya que cada uno de ellos son capaces de grabar y componer sus canciones en las computadoras de su casa. Entonces se podría concluir que cuando se mencionaba, en el segundo capítulo, aquellos preceptos de la condición posmoderna de la nueva noción de espacio/tiempo (Harvey, 2010) en efecto se cumple en la praxis social, pero frente al marco de la relación de cultura y tecnologías de la comunicación.

Con lo que respecta al tema de las culturas juveniles se hace necesario mencionar que, ahora, para hacer un análisis de las mismas no se puede dejar de tener como referencia (por lo menos) al tema de la globalidad. Esto debido a que todos los jóvenes están tomando elementos simbólicos de una forma u otra de las industrias culturales que pululan en el internet. En ese sentido parecería ser casi imposible dejar las tecnologías de la comunicación de lado en cuanto a su influencia en el diario vivir de los jóvenes (Winocur, 2006).

Como se menciona en el capítulo de cuarto, de la relación de las culturas juveniles y las tecnologías de la comunicación se puede decir que hay una dinámica muy clara en cuanto a la interacción que se da a partir de que un joven esté frente a una computadora. Ya sea que está bajándose música del internet; o porque está tratando de comunicarse con algún amigo que se encuentra a más de mil kilómetros de distancia; el joven actual, en términos del hombre táctil de McLuhan (1996), habla muchos más idiomas que cualquier joven de las generaciones pasadas. Si se parte del hecho de que un joven esté consiguiendo información (en este caso música de tal o cual autor) de una página, se está hablando de que aquel joven tiene una manera de entender el ciberespacio bajo los términos que en ese lugar se imponen; y así se desarrolla una relación de ida y venida en cuanto a la cantidad de información que se obtiene como la que se deposita.

Toda esta relación de la cultura y la tecnología dentro de los grupos juveniles hace referencia a un hecho claro, la sociedad se ha transformado dramáticamente. Ahora los seres humanos se enfrentan a un mundo en donde la información circula por doquier generando estímulos de diversa índole a lo largo de todo el mundo, más no liberándolo. Se trata entonces de una sociedad que, a la par que existe dentro de unas ciertas fronteras nacionales y soberanas, también puede llevar dentro de sí misma la bandera del mundo entero: la bandera del sistema económico del capitalismo tardío.

Sin embargo, hace falta también reconocer que detrás de la globalidad hay una estructura que impone ciertas dinámicas, las vías de tránsito de la globalidad (las tecnologías de la comunicación, las cuales partiendo de su uso implican un tipo de agenciamiento) están hechas por jóvenes y bajo el lenguaje y términos que este grupo de la sociedad maneja. Entonces recordando a lo que Balardini (2002) mencionaba si son los jóvenes quienes tienen en sus manos el manejo y, sobre todo, el entendimiento de las tecnologías por primera vez en la historia de la humanidad, entonces será sobre los jóvenes en donde recaerá la obligación de dar paso al cambio. Pero siempre teniendo en cuenta que esta ya no es la sociedad de los grandes conglomerados de gente luchando por un fin común, éste es el mundo del individuo que lucha por salvar su microcosmos. Este es uno de los elementos que se deben tener en cuenta para poder pensar en los motores de nuevos procesos culturales que se adecuen a la sociedad y a su funcionamiento en la

contemporaneidad el cual entra en total discusión con los valores y conceptos que, tan solo, hace cuarenta años existían.

BIBLIOGRAFÍA

- Ainsa, F. (enero-diciembre de 1996). Los desafíos de la posmodernidad y la globalización: ¿Identidad múltiple o identidad fragmentada? *Escritos*, S/V(13-14), 21-43.
- Augé, M. (1998). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Balardini, S. (2002). *Jóvenes, tecnología, participación y consumo*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Buenos Aires: CLACSO.
- Bellver Sáez, P. (2001). La infancia como pretexto: autobiografía, etnografía y autoetnografía en Hoyt Street de Mary Helen Ponce. *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense*, 9, 253-271.
- Bericat, A. E. (1996). La sociedad de la información: Tecnología, Cultura, Sociedad. *Reis*, S/V(76), 99-121.
- Bianchini, A. (1999). *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- Bourdieu, P. (julio-agosto de 1985). El espacio social y la génesis de las "clases". *Espacios*(2), 281-309.
- Braidotti, R. (2000). *Sujetos Nómades*. Buenos Aires: Paidós.
- Braidotti, R. (2005). *Metamorfosis: Hacia una teoría materialista del devenir*. Madrid: Ediciones Akal.
- Britto García, L. (1990). *El Imperio Contracultural del Rock a la Posmodernidad*. Caracas: Editorial Nueva Sociedad.
- Castro-Gómez, S. (2005). *La poscolonialidad explicada a los niños*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca.
- Cicconi, S. (2000). The Shaping of Hipertextual Narrative. En Y.-K. M., J. Suoranta, S. Inkinen, & J. Rinne, *The Integrated Media Machine: A Theoretical Framework* (págs. 1-22). Helsinki: University of Lapland.

- Deleuze, G., & Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: PRE-TEXTOS.
- Díaz Cruz, R. (1995). Ritos mágicos, carabelas, computadoras personales: Antropología y Tecnología. *Revista Nueva antropología*, XIV(047), 23-39.
- Feixa, C. (1999). *De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la Juventud*. Barcelona: Ariel.
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- Gupta, A., & Ferguson, J. (2002). Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of difference. En J. X. Inda, & R. Rosaldo, *The Anthropology of Globalization* (págs. 65-80). Oxford: Blackwell Publishing.
- Harvey, D. (2010). *The condition of posmodernity*. Oxford: Blackwell publishing.
- Hopenhayn, M. (1997). Globalización y Cultura: Cinco miradas para un solo texto . *Ponencia para el congreso de LASA*, (págs. 1-16). Guadalajara.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1998). *Dialéctica de la ilustración: Fragmentos filosóficos*. Madrid: Editorial Trotta.
- Inda, J. X., & Rosaldo, R. (2002). Introduction: A World in Motion. En J. X. Inda, & R. Rosaldo, *The anthropology of globalization* (págs. 1-35). Oxford: Blackwell Publishing.
- Inec. (2010). <http://www.inec.com>. Recuperado el 4 de abril de 2012, de <http://www.inec.com>:
[http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN
&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl](http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl)
- Kearney, M. (1995). The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism. *annual Review of Anthropology*, 24, 547-565.
- Margulis, M., & Urregui, M. (19 de Febrero de 2013). *La juventud es más que una palabra*. Recuperado el 19 de Febrero de 2013, de

http://perio.unlp.edu.ar/teorias/index_archivos/margulis_la_juventud.pdf:

http://perio.unlp.edu.ar/teorias/index_archivos/margulis_la_juventud.pdf

- Marx, K. (1980). *El dieciocho brumario de Luis Bonaparte*. Moscú: Progreso.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Nilan, P. (2004). Culturas Juveniles Globales. *Estudios de Juventud*, 04(64), 39-47.
- Pérez-Tapia, V., & Flores, A. (12 de abril de 2011). Globalización y Posmodernidad. México DF, México, México. Obtenido de <http://www.charlespennaforte.pro.br/geografia2004/posmodernidad.html>: <http://www.charlespennaforte.pro.br/geografia2004/posmodernidad.html>
- Pujadas, J. J. (2000). El método biográfico y los géneros de la memoria. *Revista de Antropología Social*, 127-158.
- Sassen, S. (marzo de 1998). Ciudades en la economía global: enfoques teóricos y metodológicos. *Revista Eure*, XXIV(71), 5-25.
- Schmidt, B. E. (2002/2003). teorías culturales posmodernas de Latinoamérica (y su importancia para la etnología). *INDIANA*(19/20), 13-35.
- Segato, R. L. (1998). Alteridades históricas/Identidades políticas: una crítica a las certezas del pluralismo global . *Simposio Central de VIII Congreso de Antropología en Bogotá* (págs. 1-28). Brasilia: Universidad Nacional de Colombia.
- Silva Silva, A. (2008). La Globalización Cultural y las Tecnologías de Información Comunicación en la CIBersociedad. *Razón y Palabra*.
- Street, S. (mayo de 2003). Representación y reflexividad en la (auto)etnografía crítica: ¿Voces o diálogos? *Nómadas*(18), 72-79.
- Thornton, S. (1996). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. Middletown: Wesleyan University Press.

- Tsing, A. (2000). The Global Situation. *Cultural Anthropology*, 3(15), 327-360.
- Urcola, M. (2008). Juventud, Cultura y Globalización. *Revista Perspectivas Sociales*, 11-31.
- Valenzuela, A. J. (1991). Modernidad, postmodernidad y juventud. *Revista Mexicana de Sociología*, 53(01), 167-202.
- Winocur, R. (Julio-Septiembre de 2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes/ Internet in Youth's Daily Life. *Revista Mexicana de Sociología*, 68(03), 551-580.
- Zebadúa Carbonell, J. P. (2008). *Culturas Juveniles en Contextos Globales: Estudio sobre la construcción de los procesos identitarios de las juventudes contemporáneas*. Xalapa: Editorial de la Universidad de Granada.

LISTA DE ENTREVISTADOS

- Pablo Molina, entrevista realizada el 26 de abril del 2012
- Álvaro Andrade, entrevista realizada el 1 de Agosto del 2012
- Mariela Espinosa de los Monteros, entrevista realizada el 20 de Agosto del 2012