

Adolescentes, consumos culturales y usos de la ciudad

Marcelo Urresti*

La adolescencia es un período de la vida que se caracteriza por cambios abruptos. Entre los primeros teóricos que se ocuparon del tema ya quedaba claro que para las sociedades occidentales se trataba de un período de crisis y reestructuración de la personalidad¹, o como dijo Rousseau en el *Emilio* una etapa de “segundo nacimiento”. En efecto, en nuestras sociedades con la llegada de la adolescencia la gran mayoría de los niños pierde seguridades y vive duelos: el cuerpo cambia, se abandona la infancia, se transforma el lugar que se ocupaba en la familia y en la escuela, caen referentes de autoridad antes naturalizados, se abre el tiempo de la obligada autonomía, se desoculta la genitalidad.

En ese período, para el adolescente, la familia entra en un paréntesis en el que se reparten de nuevo las cartas. Cada adolescente se abre progresivamente a una vida social en la que el lugar de su propia familia se desplaza: en ese movimiento, aquella anterior cuasi monopólica instancia va perdiendo peso específico y se ve obligada a “conversar” con otras instancias de la socialización. En dicho proceso van surgiendo cosmovisiones y valoraciones no necesariamente acordes con los mandatos de la tradición heredada. Con la adolescencia se abren espacios de conflicto intergeneracional en el interior de las familias, siempre renovados con la sucesiva entrada de cada miembro en la pubertad. Es decir que el período conflictivo no sólo es interior al sujeto que vive la transformación en primera persona, también afecta a su entorno inmediato.

Familias y escuelas, ámbitos primordiales de la niñez mayoritaria, entonces comienzan a compartir su espacio con otras dimensiones de la vida social en la que los adolescentes expanden las redes de relaciones dentro de las que normalmente actúan. Mientras transcurre

* Marcelo Urresti, 35 años, porteño. Estudió las Carreras de Sociología y Filosofía de la UBA. Es docente en la materia Sociología de la Cultura de la carrera de Sociología e investigador del Instituto Gino Germani, ambos pertenecientes a la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Ha publicado dos libros como compilador junto a Mario Margulis (*La segregación negada. Cultura y discriminación social*, Biblos, Buenos Aires, 1999 - elegido por la Fundación el Libro como Mejor Libro de Sociología del año 1999- y *La cultura en la Argentina de fin de siglo*, Eudeba, Buenos Aires, 1998) varios artículos específicos sobre la temática juvenil y adolescente en libros (Margulis, Mario y otros. *La cultura de la noche. La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa, Buenos Aires, 1994; e ídem, *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Biblos, Buenos Aires, 1996) y en revistas especializadas nacionales y extranjeras. También ha publicado estudios críticos, traducciones y numerosas recensiones bibliográficas sobre temas de filosofía, crítica cultural y sociología. Ha recibido en distintas oportunidades el Premio a la Productividad Académica y como miembro del proyecto *Cultura y discriminación social* el Premio Expocyt en el año 1995.

la crisis -más o menos violenta según los casos familiares, las clases sociales y las tradiciones geográficas y culturales en las que se inscriban-, los adolescentes construyen espacios “propios”. En ellos, procurando una mayor independencia respecto a la mirada de sus mayores, rearticulan los mecanismos de identificación a través de los que constuyen las diversas facetas de su identidad.

En este sentido, entre los múltiples factores que actúan en esta fase hay dos especialmente importantes por el efecto que producen: el primero de ellos, el más importante, es el grupo de pares²; el otro, es el sistema de escenarios y ámbitos institucionales que hacen de marco al encuentro y la cotidianeidad de dichos grupos. Estos factores intervienen de manera decisiva en la rearticulación de los referentes básicos de la experiencia y del mundo de la vida y se suman a la familia y la escuela completando el proceso de socialización en el que se modulan las identidades que se continuarán con posterioridad en las etapas juvenil y adulta.

Este transcurso a su vez se da en una encrucijada compleja de caminos institucionales, canales discursivos superpuestos, flujos libidinales inducidos -y muchas veces deseados- y prácticas habituales en las que se hace posible la vida cotidiana de los adolescentes de las sociedades actuales. Los adolescentes, sean de la clase o de la familia que sean, no son independientes del denso entramado de instituciones y discursos que los apelan e intentan seducirlos: además de la ya mencionada escuela -que no está presente en la totalidad de los casos-, los medios masivos de comunicación, la multiimplantada publicidad comercial, el mercado de bienes de consumo masivo con sus largos e incansables tentáculos o las industrias culturales que se ofrecen en sus variados productos, son los canales de una alusión insistente y constante. Estas agencias, a través de la persecución de sus intereses -en principio, comunicar, acaparar la atención y vender- sedimentan discursos, diseminan imágenes y estéticas, difundiendo prescripciones explícitas e implícitas que contribuyen a configurar imaginarios y representaciones sociales. De este modo, se define un nuevo material que luego se elabora íntimamente en el relato de la autoidentificación.

Es decir que esa inicial apertura a la vida adulta, ya trabajada por estas mediaciones múltiples que venimos mencionando, entra en un estadio de apelación superior: la brecha crítica que abre la adolescencia es susceptible a estos discursos que mediante temas y

¹ Erik Erikson, Margaret Mead, entre otros, son responsables de este planteo ya clásico. Se los puede consultar en Erikson, Erik. *Sociedad y adolescencia*. Siglo XXI, México, 1987. Y Mead, Margaret. *Adolescencia, sexo y cultura en Samoa*. Planeta, Barcelona, 1985.

² En la sociología, uno de los primeros autores en registrar este hecho fue Talcott Parsons. Puede verse su artículo “Class as a Social System”, in *Harvard Educational Review*, Vol. 29, Nro. 4 Fall 1959.

referencias ejemplares presentes en esas formas de la comunicación y el consumo apelan a los adolescentes en tanto que consumidores. En esas figuras diversamente apropiadas los adolescentes reestañan imaginariamente pérdidas y duelos recibiendo los materiales para una identificación interpretante y activa con la que, en distintos grados, rehacen un lugar de certidumbre relativa en medio de la dislocación momentánea por la que transitan.

Esta condición de incertidumbre estaría extendiéndose en su duración y siendo adoptada por distintos grupos de edad antes decididamente lejanos a ella. En efecto, la transitoria desorientación identitaria que suponía el enfoque clásico sobre la adolescencia, según algunos autores³, estaría generalizándose por distintos grupos de edad, producto derivado de la larga *impasse* que la cultura finisecular estaría consagrando: la generalizada pérdida de las certezas que abrumba las sociedades del presente. Así, la adolescencia se alargaría incluyendo a los jóvenes y progresivamente también a los adultos, cuyos modelos de acción, si se los compara con los del pasado reciente, se parecerían más a los de los adolescentes que a los de los adultos de tiempos pasados. Esta condición histórica problematizaría aún más la situación de los adolescentes actuales, tensionados entre su propia crisis y el novedoso lugar vacante que dejan los adultos.

Como decíamos arriba, la adolescencia implica una suerte de “segundo nacimiento” con los dolores y las sorpresas que ello depara: esto se refiere especialmente a un tipo de experiencia casi adánica, original y de apertura, cercana a la vivencia de la aventura, característica vital definitivamente perdida en la vida de los adultos. Esto en parte ilustra que la modelización de la adolescencia no resulta más que una ilusión compartida: por más desorientado que se encuentre un adulto en relación con su futuro, por más rejuvenecido que se encuentre en sus opciones vitales, y por más rutinas y cuidados físicos que haya generado una imagen conservada, un adulto no es un adolescente. En definitiva, transitar la adolescencia es atravesar una crisis personal y vivir adánicamente una experiencia histórica de lo social, hechos que definen una pertenencia generacional concreta y un material imaginario específico con el que elaborar las identificaciones que desembocarán en la personalidad futura.

Asimismo, y siguiendo la línea anterior, existe una representación dominante sobre los adolescentes -lo que no implica bajo ningún concepto que incluya a todos los adolescentes de todas las clases-, que se convierte en una suerte de “modelo” que aglutina principios estéticos activos que tienen una fuerza gravitatoria de gran importancia. Ese modelo estético

³ Ver las distintas posturas planteadas en el texto de Obiols, Guillermo y Silvia Di Segni de Obiols. *Adolescencia, posmodernidad y escuela secundaria*. Kapelusz, Buenos Aires, 1998. Págs. 52 a 62.

basado en la imagen adolescente –de las calses medias y altas- responde a necesidades diversas y hace de este particular momento de la vida algo que, en términos sociales, es mucho más amplio que una crisis y una reestructuración identitaria. El “modelo adolescente” se expande y goza de un amplio reconocimiento social, hecho que se demuestra en parte por la negativa: la vejez es vista como desventajosa, el origen de enfermedades y decadencias, un disvalor que anuncia el ocaso de la vida. Como contracara la adolescencia es el grado cero de la vida adulta, está y no está en ella, recién estrenada, con todo el tiempo por delante y aparece como un modelo con el que identificarse.

Una sociedad en la que se han desarticulado referentes de trascendencia antes válidos, una cultura en secularización constante que avanza sobre la religión pero también sobre la política y las más arraigadas costumbres, no es casual que necesite de este mito de regeneración y de vida eterna en el más acá, puesto que cada vez son menores las causas en favor de las que inmolarsen, situación que arroja sujetos sin referentes, desorientados, aferrados a las débiles evidencias de un más acá, crecientemente empobrecido. La adolescencia y el mito de la eterna juventud, acompañado de otros mitos como el de la belleza que no se deteriora, la salud que se mantiene intacta o la energía que se renueva sin cesar, son los elementos de un espejo en el que con fuerza creciente la sociedad intenta reflejarse.

En un contexto semejante, tampoco es casual que el mercado, especialmente en las estrategias de publicidad que empujan a adquirir bienes de consumo masivo, aproveche esta imagen convirtiéndola en el vehículo de los mensajes que procuran identificar productos con un objeto de amor. La imagen adolescente, que responde al estereotipo de clase que los medios recogen y refuerzan, circula porque vende: es un paraíso artificial de vitalidad y felicidad, un mito que difunde líbido, que atrae a la identificación y que impulsa al consumo.

De este modo, el proceso de construcción de identidad al que aludíamos más arriba, se da en condiciones que alteran su forma tradicional: con la adolescencia convertida en modelo mediático, imitada crecientemente por las identificaciones de grupos de otras edades, tensionada por condiciones sociales que la alargan inéditamente, tiende a delimitarse siguiendo una lógica novedosa y compleja.

Como dijimos anteriormente son los grupos de pares lo que constituye la novedad en la vida de las personas que atraviesan la adolescencia. Estos grupos a su vez definen espacios y tiempos en los que van construyendo un mundo compartido, que será fundamental para el resguardo de las identificaciones adolescentes, distantes de la familia y de la escuela, los

dos ámbitos característicos del desarrollo previo. Los grupos de pares están conformados por lo general con una presencia marcada de miembros de la misma edad y género. Esto no imposibilita grupos mixtos o grupos en los que sea aceptado algún miembro que es notablemente mayor o menor, pero habla de su baja probabilidad. Estos grupos son la primer ampliación de la red de relaciones en las que entran los adolescentes, son los grupos de amigos y amigas más cercanos, que se reúnen a pasar el tiempo, a escuchar música, a compartir largas charlas, a hacer deportes, a planear salidas, a recorrer espacios. Esos grupos de adolescentes son ámbitos de contención afectiva y representan espacios de autonomía en los que se experimentan las primeras búsquedas de independencia. En ellos se realizan actividades comunes y se definen los perfiles dentro de las funciones actitudinales que los diversos grupos despliegan. Se trata de campos de atracción libidinal, que brindan una pertenencia efectiva y que vehiculizan las referencias primeras de los procesos que deconstruyen las identidades infantiles heredadas. En esos grupos por lo general se manifiestan las primeras conversaciones que tienen por tema el sexo, el descubrimiento de los otros a nivel social, el lugar propio y el ajeno en ese espacio, o para decirlo con las palabras de Goffman el *sens of one's place*⁴, en ellos se descubre por lo general la música que se adoptará como propia, una forma de vestirse y también una forma de hablar. Es decir que se trata de verdaderos laboratorios de actividad simbólica en los que se practica concientemente la diferenciación social.

Los grupos de pares funcionan como entidades intermedias entre el espacio social general en el que se definen las clases sociales que incluyen a las familias y el espacio íntimo de los sujetos que estas grandes estructuras configuran.⁵ Se trata de ámbitos de autonomía relativa definida por la influencia de las grandes estructuras sociales, aunque metabolizada en la manera singular en la que cada grupo específico la articula, en virtud de las diferencias producidas por los escenarios inmediatos en los que transcurre la vida de esos grupos. Para mostrarlo con un ejemplo: no es lo mismo que dos grupos pertenezcan a la misma clase social, supongamos la clase media urbana de Buenos Aires, que sean hijos de padres profesionales empleados en empresas similares y que desarrollen actividades relativamente cercanas, como concurrir a los mismos colegios –pongamos por caso, públicos- y a los mismos clubes –sociales y deportivos de tamaño medio-; si esos grupos de pares desarrollan actividades que los distinguen, por ejemplo, en su relación con el valor que le dan a la

⁴ Ver Goffman, Ervin. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires, 1987.

educación o al deporte –en toda escuela y club hay rendimientos diferenciales-, o con la apreciación y práctica de actividades valoradas como ir a fiestas en casas o en las matinés de las discotecas, ir recitales de músicos de rock o de intérpretes de música latina, gustar de un tipo específico de música o de otro, leer libros o mirar televisión, juntarse en videodromos, compartir la pasión por los juegos de computadoras, mirar los mismos dibujos animados y comprar *comics* japoneses, todo esto en sus distintas posibilidades, las cadenas de *si* y de *no* en relación con las mismas, los puede alejar radicalmente entre sí a pesar de que a primera vista esos jóvenes puedan ser incluidos genéricamente en los mismos grupos por compartir los mismos espacios definidos por las grandes estructuras sociales, lo cual constituye indudablemente una errónea simplificación.

El primer hipotético grupo podrá tender a consumos intelectualizados y elitistas, concurrir a talleres literarios, detestar el deporte, sentirse diferente al resto de sus compañeros de escuela que miran a Tinelli y, con el tiempo, orientarse en el futuro hacia algún tipo de carrera universitaria humanística. El segundo en cambio podrá preferir el deporte y no darle tanta importancia a la escuela, prefiriendo una música de consumo menos exigente y encaminado hacia las disquerías, seguramente valorará más la radio y la televisión cuando esté reunido en las casas de sus padres y en concordancia con la vida al aire libre valore un deporte federado al que le dedique mucho tiempo durante su adolescencia. Es decir que más allá de las similitudes, y muchos podrán decir que no se trata de otra cosa que de fragmentos de la clase media, lo cual es cierto pero no agrega nada al asunto, se puede apreciar en la acción de los grupos de pares la enorme diferenciación interna en gustos y preferencias que se terminan expresando en afinidades electivas capaces de unir grupos, separar otros, definir circuitos de consumos culturales, apuntalar identificaciones grupales y conducir un proceso de socialización de diferente velocidad, enmarcado en territorialidades distantes, situaciones que contribuyen a la conformación de comunidades de destino enormemente disímiles entre sí.

Este ejemplo a su vez podría replicarse en otros sectores sociales o con mujeres en lugar de varones dando los mismos resultados de diferenciación frente a los que estamos tratando de sensibilizar la mirada. En sectores populares, valorar la esquina y el encuentro en ella, o hacerlo en cambio con el acercamiento a la sociedad de fomento del barrio o a la parroquia o el pastor, no es lo mismo que preferir la “vagancia” –que es una apelación genérica al

⁵ El autor que más énfasis hace en este enfoque que distingue dos polos conciliados es Pierre Bourdieu. Es un tema recurrente en la totalidad de su obra. Expuesto de una manera concisa puede verse “Espacio social y génesis de las clases” en *Sociología y cultura*. Grijalbo, México, 1990.

grupo de “vaguitos” o de “guachitos” con los que “se para”- en la que se asume como forma de reproducción el delito menor y el tráfico de baja escala, y todos estos factores no dan el mismo resultado si se combinan o no con la escuela, ni tampoco es igual si se valora o no lo que se puede aprender en la escuela, ni es igual si se prefiere o no participar en la murguita del barrio o apostar a entrar en las inferiores de algún club. No son iguales las redes, no se combinan los factores de la misma manera y el proceso de socialización no se orienta hacia los mismos objetivos. En suma, los grupos de pares son fundamentales para comprender estas enormes diferencias en el desarrollo de los adolescentes en relación con sus familias – y sus clases- de origen, pues en ellos se rearticulan los elementos heredados dentro de las opciones que facilita u obstaculiza el orden social, más o menos complicadas según los recursos disponibles.

Entendidos entonces de este modo, los grupos de pares funcionan como programas culturales⁶ en los que se articula en una escala menor a la de la clase y la familia, una medida específica de la experiencia social e histórica de los adolescentes. Un programa cultural es un cierto orden imperante dentro de los planes de interacción posibles, una suerte de organización interiorizada de manera similar en cada uno de los miembros de un grupo, según la cual se dan cita los más diferentes tipos de prácticas siguiendo patrones simbólicos afines, desde las formas del comer y del beber, pasando por los modos de concebir la higiene, definir la vestimenta, seguir el orden de los pasos en que debe producirse el cortejo, hasta las preferencias frente a expresiones musicales o artísticas en general o los modos de codificar el terreno de una ciudad o un paisaje en un territorio común y reconocido como propio. Todas estas preferencias se articulan en la forma de sistemas y obedecen a afinidades electivas estables y compartidas por el grupo al que se pertenece, en el nivel de las elecciones concretas, de los criterios de selección y combinación o de los códigos de valoración y apreciación. En este sentido, puede hablarse de modos particulares de ejecución de prácticas comunicativas, sean estas verbales o no verbales, aunque siempre codificadas, es decir, enmarcadas bajo una impronta que les otorga identidad de valía y reconocimiento común.

En un programa cultural compartido también pueden reconocerse la similitud de las prácticas: las formas de portar la vestimenta, las maneras de pararse, establecer distancia o proximidad, caminar o bailar, los rituales de la conquista amorosa, la provocación y la pelea, las formas de hablar, los temas predilectos, los acentos y las jergas, entre otros tantos.

⁶ Para ampliar la noción ver Schefflen, Albert “Los programas culturales” en Birdwhistel, Ray y otros. *La nueva comunicación*. Kairós, Barcelona, 1987.

Aquí es donde inciden los grupos de pares, en las afinidades personales que definen, convertidas luego en redes de contención afectiva. Como todo en la adolescencia, tienen un término coincidente con el lento ingreso de sus protagonistas en los canales de la vida social por los que se reconoce normalmente a los adultos. Esto significa que más allá de la persistencia de algunos lazos afectivos duraderos, la red definida por los grupos de pares se va aflojando poco a poco, perdiendo consistencia, activándose en encuentros más espaciados, menos actividades en menos tiempo, con lo que se reduce en su tamaño y todo esto en coincidencia con las nuevas aperturas de relaciones que va exigiendo la vida adulta, en los ámbitos del estudio, el trabajo, el hogar o la participación social.

Los grupos de pares son redes que acompañan la adolescencia, apuntalando relaciones, apoyando procesos de identificación. En estos procesos, tanto los consumos culturales como los usos del espacio serán fundamentales. Es compartida la idea de que los adolescentes son los más grandes consumidores de las familias, los más activos en lo que hace a demandar y liderar procesos de adquisición de bienes y esto independientemente de las clases a que pertenezcan sus familias. Es obvio que con poderes de compra diferentes, también lo serán las probabilidades de que ese modo se afiance y se perpetúe. Este acostumbra ser uno de los nudos que problematizan las relaciones entre padres e hijos, la demanda de los adolescentes por lo general suele ser superior a las posibilidades de satisfacción de sus padres, que suelen en muchos casos aprovechar esta circunstancia para disciplinarlos, premiándolos o castigándolos según los resultados que obtengan o las conductas que desplieguen en ámbitos en los que los padres están interesados que progresen. Entre los sectores populares esto suele ser más restringido, lo cual tensa las relaciones hacia otras problemáticas, vinculadas con la temprana necesidad de obtención de recursos para las generaciones menores que procuran distintas estrategias de satisfacción, desde el trabajo temprano, la chanquita en algún servicio de escasa remuneración, el “careteo” y el “manguero” a peatones y paseantes, y en última instancia, al delito menor.

Entre los consumos privilegiados están la ropa y las salidas y la adquisición de algunos bienes a los que llamaremos por comodidad culturales, por provenir directamente de una rama de la industria a la que se define inespecíficamente como “entretenimiento”: música, juegos, videos, revistas. Como todos los bienes destinados al consumo tienen una dimensión material y una dimensión simbólica. Ambas dimensiones suponen valores de uso orientados hacia distintas “económicas”: bienes de consumo masivo como la ropa o la comida tienen una clara dimensión material, cubren aspectos vinculados con la satisfacción de necesidades como el abrigo o el alimento, en este sentido su valor está en el grado de satisfacción que

puedan brindar. Al mismo tiempo, esos bienes tienen un valor simbólico: satisfacen las necesidades de la fantasía.⁷ No es lo mismo un pantalón de una marca que un pantalón de otra, que responda a un diseño o a otro, que sea de un color o de otro y así sucesivamente hasta convertirse en un complejo conjunto de atributos que exceden por completo el mero vestirse. Vestirse o comer son actividades que comunican y connotan una posición en un espectro de posibilidades y el hecho de optar por unas formas y desechar otras, comunica intenciones y clasifica usuarios. Los adolescentes son sensibles a este juego de miradas y se autoevalúan muy críticamente a través de lo que eligen, portan y gustan. Se valoran a través de sus valoraciones. Por eso son consumidores exigentes, por eso presionan a sus padres, por eso son susceptibles en extremo a las diversas modas que conviven en un determinado momento, porque la ansiedad de identificación los convierte en obesos consumidores de símbolos.

En el terreno de los bienes que hemos llamado culturales opera una lógica similar. Esos bienes son “distintivos por naturaleza” pues su “materialidad” consiste en la satisfacción de una necesidad “espiritual” en la que el sujeto se encuentra doblemente interpelado: un gusto musical, una preferencia cultural, no se pueden justificar por la mera materialidad del bien, lo que hace que su transparencia sea mayor y el grado de identificación más inmediato. Es lo que pasa con la música, con los cantantes, con los programas de TV preferidos, con las revistas y las películas que se leen y se ven, con los programas de radio que se escuchan. En este sentido, la preferencia se justifica “por sí misma” y vehiculiza siempre una oposición más o menos radical hacia los consumos y las preferencias de los otros. En estos objetos del amor se da el disfrute sin barreras ni desviaciones, de una manera inmediata y directa. Como decíamos más arriba, los adolescentes suelen encontrarse en apertura hacia la experiencia social extendida y este tipo de bienes ofrecen anclajes para sus ansias de identificación: así adoptan modismos y estilemas similares a los de aquellos que valoran, configurando con ello los espejos en los que se reconocen. Los consumos culturales entonces definen una superficie de identificación muy caliente en la que los grupos de pares adoptan verdaderos *idola tribus* con los que, siguiendo mecanismos casi totémicos, construyen su identidad. El rock en sus distintas variantes y formatos, la cumbia y el cuarteto, la música pop, la electrónica, laailable o la melódica latina, serán los reservorios de discursos y estilemas de distintos soportes lingüísticos –verbales, kinésicos,

⁷ Algunas de las extensas discusiones en torno a esta tesis pueden verse en el artículo de Margulis, Mario y Marcelo Urresti, “Moda y juventud” en Margulis, Mario y otros. *La juventud es más que una palabra*. Biblos, Buenos Aires, 1996.

indumentarios, ideológicos- sobre los cuales seleccionarán y combinarán elementos generando verdaderos *patchworks* de identidad.

El otro gran factor que define el accionar de los grupos de adolescentes es el de los usos del espacio. Los adolescentes tal vez sean los más inquietos viajantes y exploradores de los lugares en los que viven. Si se los compara con las generaciones adultas, los adolescentes suelen ser los que más se desvían de las rutas establecidas, los que menos se atan a rutinas y los que más tiempo se dan para salir a explorar la ciudad, buscar en sus recovecos, mirar negocios y entrar en galerías, locales y recintos situados en barrios alejados. La gran mayoría de las personas por lo general sale a descubrir su ciudad, los bordes de la misma, los pasajes alejados y los paseos escondidos cuando transita su adolescencia. Luego de ello establece sus circuitos y sus pertenencias para ir reduciendo el territorio a medida que la adultez se va acercando y se establecen casi de modo definitivo e invariable las rutinas cotidianas. La vida de los adultos por lo general está circunscripta a rutas poco conmovibles. Los adolescentes descubren las ciudades a medida que se van descubriendo a sí mismos: se buscan y se desencuentran en la ciudad, escapan de los ámbitos habituales de sus familias y, en esas intentonas, son fielmente seguidos por sus pares y amigos. Las calles comerciales del centro de la ciudad -en otras épocas- con sus cines y ofertas de diversión, las plazas y los paseos que solo se conquistan a fuerza de transporte público o de bicicleta, los *shopping-centers* -que reemplazan a aquellas antiguas calles del centro- en los que se va a caminar, mirar vidrieras y comer alguna porción de *fast food* en los patios de comida, todo eso conforma para los adolescentes de las clases medias una cartografía de la deriva y del deseo en la que se sienten -aunque la voluntad de los padres se oponga- casi irresistiblemente atraídos. Están también los locales de *fast food* propiamente dichos, que fuera de los *shoppings* también ejercen su embrujo. Sin lugar a dudas el lugar por excelencia al que los adolescentes se dirigen podría definirse generícamente como “la calle”: se trata de un espacio exterior a la escuela y al hogar, en competencia con el club en las clases medias y altas, pero sin alternativas en los sectores populares, que aparece revestido como espacio de liberación y de goce. Define un territorio sin medidas ni reglas que obliguen a aprender, a producir o a obedecer, apareciendo como un sitio liberado en el que eventualmente se da la aventura.⁸ “La calle” incluye espacios de distensión y de consumo, no siempre abiertos y disponibles efectivamente para todos, aunque sí formando una mitología duradera y eficaz en la que los adolescentes se sienten convocados. Más allá

⁸ En un sentido similar tomamos la idea de Bustos Castro, Paula, “Rocanrol. El recital: los militantes del bardo” en Margulis, Mario y otros. *La cultura de la noche*. Espasa, Buenos Aires, 1994

de los temores que se ciernen sobre las clases medias respecto de la violencia en las calles, o la presencia un poco más concreta de las fuerzas de seguridad para los sectores populares, por la negativa, el espacio callejero sigue siendo un ámbito de disputa entre generaciones, que coloca en su favor a los menores y en su contra a los mayores. En este sentido la prohibición y el recelo es mucho mayor sobre las mujeres que sobre los varones, así como también mayor entre los sectores medios y altos que entre los sectores populares.

En la calle están también los videodromos, los populares “fichines”, las esquinas en las que suelen reunirse sentados en el piso los “chaboncitos” y los “fieritas” a compartir una cerveza, los kiosquitos con metegoles, los pequeños barcitos que ofrecen bebidas a bajo precio, las canchitas improvisadas en baldíos o en playones municipales, las estaciones de tren y sus alrededores, lugares sobre los que actúa una estricta territorialización en la que se dan cita y se reconocen entre sí distintos grupos de pares.

En suma, los grupos de pares, en su rol de consumidores y exploradores espaciales colectivos, son el ámbito renovado en el que se definen las formas actuales de construcción de la transición adolescente, más jaqueados que nunca por la escasez económica y las formas crecientes de una persecución represiva ejercida por el estado, más incitados que nunca al consumo, a la aventura y al éxtasis por un mercado y unos medios de comunicación audiovisual que no descansan, en una relación con generaciones adultas por lo general desbordadas ante un espectáculo que se les presenta ajeno y confuso, habitado por los fantasmas de la violencia, de la indiferencia y del reclamo ilimitado de unos adolescentes que, en distintas clases sociales y con distintas entonaciones, portan y son portados por el conflicto generacional que, más allá de su voluntad explícita, definen las sociedades contemporáneas.