

Tribus urbanas
Análisis de sus códigos visuales
Tesina de grado

Autor

Freddy Maldonado Maldonado

Profesor guía

Juan Carlos Rodríguez Torrent

Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso
Agosto 2008

El análisis del entorno es una herramienta fundamental en la propuesta de diseño. Muchas corrientes de nuevas tendencias han surgido en base a la observación de la sociedad observando matices y diferenciaciones internas en grupos emergentes, dando paso a nuevos conceptos como la existencia de los cazadores de tendencias o “cool hunter”, cuya labor es el registrar los códigos usados en distintas partes del mundo para luego ser explotados por la industria de la moda, grandes diseñadores, empresas tecnológicas, gastronómicas, entre otras, conocidos a nivel mundial. Este tipo de fenómeno se produce gracias a las expresiones locales de grupos minoritarios en todo el globo y a los procesos de innovación que ellos pueden otorgar.

Este trabajo trata de la observación al entorno sociocultural local. Metodológicamente, se trata de una reflexión a partir del registro de códigos de tribus urbanas locales de la V región costa.

Se trata de una reflexión en torno a las tribus que han surgido en el último tiempo, y de las cuales se ha explotado su imagen tanto por los medios de comunicación como por casas comerciales y grandes marca. Refiere a distintos sub grupos y en torno a ellos se pretende como objetivo rescatar elementos relevantes de su propuesta visual, los que en gran medida son y pueden ser importantes en estudios a futuros, como por ejemplo lo relativo a la diferenciación dentro de las mismas subculturas, o bien, grupos anexos ligados a ellas.

Como objetivo general, se pretende dar una mirada al medio y realizar observaciones que posibiliten propuestas para la inserción del diseño en base a conocimientos reales sobre

públicos y usuarios. Más aún, si tomamos en cuenta que se trata de referentes reales y que constituyen fuentes de inspiración como el que nos pueden otorgar este tipo de fenómenos; identificando, además, características de los códigos visuales de las principales tribus que han surgido, con lo cual se generará un catastro identificador de estos grupos, popularmente conocidos como: los Pokemones, los Emos, los Otakus.

En este trabajo de tesina, acompañado por referencias bibliográficas, se compararán su origen y evolución. Con esto se planteará y propondrán inquietudes como la necesidad de concentrarse en el análisis de estos grupos para generar respuestas de diseño acorde a las subculturas.

Como objetivos secundarios, se propone generar una discusión en torno a las nuevas subculturas urbanas, pretendiendo entender, comprender y valorarlas como fuente de nuevas tendencias en su estructuración; se busca la identificación de estas en sus particularidades, sus semejanzas y diferencias, con las cuales estructurar una base para la observación de diseño.

El desarrollo de la siguiente tesina se ha realizado en base a fuentes de información secundaria, como artículos de periódicos, programas relacionados de tv, blogs, spaces, también por medio de la observación a individuos pertenecientes a estos grupos, y a través de algunas entrevistas no estructuradas con las cuales se pretendía recabar aspectos no preestablecidos ni manipulados por el individuo como imagen establecida, lo que elimina los filtros impuestos por una actitud defensiva.

El interés proviene en definir y desarrollar un catastro básico sobre las tribus urbanas más renombradas, registrando sus estructuras y códigos visuales, y explorar las distintas

concepciones que se poseen de ellas. El propósito está en la mayor definición y acercamiento a estos grupos neotribales, comprobar que inevitablemente desaparecerán debido a la falta de una ideología concreta y coherente, como también al hecho de ser un reflejo de la sociedad actual. Es decir, una sociedad, que lo único que no puede ofrecer es estabilidad en sus estructuras.

Capitulo 1

Viendo televisión, caminando por la calle o leyendo un artículo de la prensa es probable que nos encontremos con jóvenes adolescentes, de vestimentas extrañas, con peinados exóticos, y vestidos de colores -a veces- incombinales, que dicen pertenecer a determinados grupos o referentes de adscripción. En el último tiempo, entre los más comunes, nombrados y visibles en el paisaje local, están los Pokemones, los Otakus y los Emos. Ante todo, son una expresión de diferencia, y su modo de expresarse y vestirse nos lleva a crear una opinión sobre ellos y realizar lecturas sobre sus prácticas y modos, como ocurriría con hombres y mujeres provenientes de otras culturas lejanas. Cuestión inevitable, ya que cada persona completa la imagen de sí misma sólo con otros que representan la alteridad.

Frente a ellos y otros que representan diferencias en distintos planos, está de moda el uso de la frase: “pertenece a una tribu urbana”. Esto, aun cuando no todos comprenden o saben el significado sociológico de esta expresión y las características que esta concepción encierra.

Las tribus urbanas corresponden a grupos subculturales. Se entiende y define en términos clásicos a toda subcultura como un conjunto de *“pautas de conducta aplicadas que se relacionan con la cultura general de la sociedad y que sin embargo se distinguen de ella”* (Horton, P.B.; Hunt, Ch.L., 1980:67). Es decir, referimos a una cierta varianza dentro de un esquema general de lo validado por una comunidad. También Cohen define subcultura como: *“...un grupo más pequeño que una sociedad y que se relaciona con la cultura más amplia en el sentido de que acepta varias de las normas de ésta;*

pero la subcultura también se diferencia por tener algunas normas que le son propias” (Cohen B.J., 1980:26).

Se entiende que la subcultura es una parte de un grupo mayor que corresponde a la sociedad, y en la actualidad ha derivado en la idea de tribu urbana. Por eso, el color, la vestimenta y el cabello, son elementos diferenciadores.

En términos formales, el fenómeno cultural de las tribus urbanas es antiguo, sin embargo sólo en la década de los 90's se acuña por primera vez el término “tribu urbana”. Los estudios y observaciones de este tipo de agrupaciones se remontan a la década de los treinta, donde Frederik Thrasher investiga sobre las bandas en su libro *The Gangs. A Study of 1313 gangs in Chicago*, definiendo por primera vez este término:

“La banda es un grupo intersticial que en origen se ha formado espontáneamente y después se ha integrado a través del conflicto. Está caracterizado por los siguientes comportamientos: encuentros cara a cara, batallas, movimientos a través del espacio como si fueran una unidad, conflictos y planificación. El resultado de este comportamiento colectivo es el desarrollo de una tradición, una estructura interna reflexiva, espíritu de cooperación, solidaridad moral, conciencia de grupo y vínculo a un territorio local.”¹

En el transcurso del tiempo muchos profesionales (sociólogos, psicólogos, antropólogos, entre otros) han desarrollado sus propias teorías sobre este fenómeno. Néstor García Canclini (1995), señala que estas agrupaciones: *“Compensan la atomización y la disgregación de las grandes urbes ofreciendo pertenencia a estos grupos; ante la pérdida de expectativas escolares y la estrechez del mercado de trabajo, brindan a decenas de miles de jóvenes otras formas de socialización y de accesos bienes de consumos”.*

¹ **Tribus Urbanas: por el devenir cultural de nuevas sociabilidades juveniles-** Rodrigo Ganter S. y Raul Zarzuri C.

Por otra parte, Mario Margulis (1994) define a las tribus como: *“receptáculos en los que se agrupan aquellos que se identifican como un look ampliado en el que entremezclan ropas, peinados, accesorios, gustos musicales, manera de hablar, lugares, ídolos, expectativas, ilusiones. Las tribus funcionan como mecanismos de identificación de semejantes y de segregación de diferentes.”*

Operativamente, en el marco de este trabajo de investigación definiré el fenómeno de tribu urbana como: una agrupación de jóvenes asociados en torno a un interés central, el cual rige y delimita su accionar dentro de un grupo social y territorio determinado, identificando, seleccionando y excluyendo a sus participantes mediante códigos lingüísticos y visuales que norman su comportamiento. Sus miembros comparten motivaciones y ansiedades similares que sacian su visión de carestía del mundo circundante en el cual están insertos. Tienen una postura contestataria y de rechazo al sistema cultural, a los símbolos de autoridad y mantienen esta posición de constante pugna mediante sus acciones impactando por la utilización de símbolos, lenguaje y esquemas que se oponen al modo tradicional de la sociedad y que otorgan identidad.

Si se mira la sociedad de nuestro tiempo, localmente o internacionalmente, observaremos una gran constelación de adscripciones y por tanto una importante fragmentación de la experiencia juvenil, especialmente en ciudades. En este sentido, es difícil definir lo que es un joven, en la medida que la mirada del mundo varía de acuerdo a códigos, adscripciones, expectativas, capital social y cultural, posiciones en la estructura social, ingresos, perspectivas religiosas, ubicación geográfica, nivel educacional, tipo de familia. De cara a esta fragmentación, y a estas distinciones, es que debemos plantearnos el problema de la identidad.

La búsqueda de la identidad es una cuestión central tanto en lo individual como colectivo. Y, la diferenciación a través de prendas de vestir y colores, corresponden a los principales elementos que definen los términos de referencia de la agrupación de los jóvenes integrantes de todas las tribus urbanas. Detrás de esto, inevitablemente, hay un intento por responder la pregunta: ¿Quién soy?. Erich Fromm plantea que: "[la] *necesidad de un sentimiento de identidad es tan vital e imperativa, que el hombre no podría estar sano si no encontrara algún modo de satisfacerla*". Siendo la identidad una "necesidad emocional activa", es decir, la conciencia de sí mismo y del "otro" como personas diferentes, se expresa en la libertad y voluntad individual.

De este modo, el proceso de autoidentificación conlleva dos elementos: 1) la unificación del Yo interno, y, 2) el reconocimiento por parte del otro. Cualquier negación por parte de otro significa una amenaza, es decir, la necesidad de pertenecer esta sujeta al reconocimiento de los "otro". En este sentido, existirán espacios más amables y tolerantes para la coexistencia y otros más hostiles; y de ello dependerá la posibilidad de hacer más visibles las diferencias y marcar presencia a través de los códigos específicos.

El proceso de generar una identidad es cambiante, vale decir, esta afectado constantemente por nuestro entorno. Por tanto, es un proceso cultural como cualquier otro: se mueve entre la estabilidad y el cambio. Así, la identidad se transforma en el resultado del conjunto de identificaciones que una persona va incorporando a lo largo de su historia, y serán sus aprendizajes, contactos, exposiciones mediáticas y préstamos culturales los que irán modificando esta identidad. Por tanto, no puede esperarse que los códigos sean estables y permanentes.

La prefiguración de esta identidad es la que interviene en la percepción del mundo y nuestra opinión del entorno. Esto genera un cruce que afecta transversalmente al “individuo”, “la sociedad” y al “grupo”.

Bajo estos supuestos, en las comunidades tribales no solo existe un concepto de “yo” como concepto personal, sino que existe un “nosotros” distinguiendo a un colectivo de otros. Asimismo, el “yo” distingue una individualidad de otra. El proceso de relación con el “otro” también define un espacio determinado, vale decir, el individuo inserto en una comunidad se auto diferencia del resto adoptando características y distinguiéndose de los que no viven allí, ya que necesariamente a una situación de localización espacial donde se marca y expresa la diferencia.

Ejemplo de esto queda demostrado frente a cualquier grupo subcultural, donde es perceptible un “nosotras las mujeres”, “nosotros lo afro americanos”;o, de la misma forma, “ellos los homosexuales”, “ellos los negros”, “ellos los latinos”. Aquí podemos hablar de “nosotros los Pokemones” o “ellos los Pokemones”, como esfuerzo de agrupación y sentimiento de lo colectivo tanto para la afirmación de la identidad y la frontera de la diferencia.

La pertenencia a un área determinada en términos espaciales, y que abarca la simbolización del entorno a la comunidad, implicará básicamente una diferenciación y, en algunos casos, rechazo de todos aquellos que no se ajusten al canon impuesto. Ejemplo es el racismo y la xenofobia impuesta por grupos que interpretan el hecho de poseer ciertas cualidades físicas o atributos que se validan como superiores. Así, nos encontramos con frases como: “nosotros los norteamericanos”,

“ellos los pueblerinos”, “nosotros los blancos y europeos” que pretenden demostrar supremacía. Según Erikson, *"ellos son los que padecen la diferencia fatal"*. Un buen ejemplo es el de los negros para los blancos racistas.

El Prejuicio.

La búsqueda de la identidad lleva a diferenciarse y agruparse con individuos similares. Pero, la sociedad genera respecto a estos grupos etiquetas sociales con marcadas cargas prejuiciosas, entendiendo el prejuicio como: *“una actitud hostil y negativa hacia grupos distinguibles basada en generalidades derivadas de información imperfecta o incompleta...”*² El pertenecer a un sub grupo conlleva en el inconciente colectivo de la sociedad teorías que desembocan, básicamente, en la constatación y comparación con idealizaciones y cánones que dominan la percepción y la interacción social llevándonos a rechazar inconcientemente -en su sentido extremo- a todo individuo que no calce con el común de los estereotipos sociales.

Prejuiciosamente, el entorno, estigmatiza, define y también ataca a estos otros y las otras alteridades. En algunos casos, los señala como violentos, drogaditos y de conductas sexualmente reprochables. Este prejuicio sobre los grupos subculturales tiene una raíz social, la cual está centrada en la rigidización de ciertos el estereotipo. Este se define como un conjunto de *“generalizaciones socialmente elaboradas que identifican categorías o grupos sociales en relación a sus accesos diferenciales al ejercicio de la dominación y el poder social, consistentes en configuraciones de comportamiento gestual, características físicas, étnicas y aditamentos simbólicos culturales, subculturales (y/o contraculturales), que en un proceso de percepción interpersonal y social, permite generar una economía de*

²Doris Cooper, *ideología y tribus urbanas*, Pág. 63

información sobre la incertidumbre de las expectativas, en el proceso de interacción³.

...Es en este contexto estereotípico normativo, que constituye parte recurrente del paisaje humano urbano, donde de pronto podemos percibir a los seres humanos diferentes, que necesitan afirmar que son “otros”, y que poseen otros espejos sociales referenciales, alternativos.⁴”

Sin embargo, esto no debiese ser tan extraño. Muchos de estos jóvenes son adolescentes, y sabemos que: *“la adolescencia y la etapa juvenil, se caracterizan en principio por disponer de la capacidad de cuestionar la realidad experiencial personal, la sociocultural y la político-económica, solo si los jóvenes en cuestión no se encuentran esencialmente vinculados a la elite de poder y/o si pertenecen a una marginalidad de tal magnitud, que no disponen de los mapas cognitivos suficientes para lograr elaborar otras comprensiones de la realidad alternativas. Este proceso de cuestionamiento de la realidad y de la búsqueda de sí mismo socio-identitario, como identidad personal y social, presente en los jóvenes mayoritariamente de clase social baja y media, ocurre en forma mucho más drástica, a nuestro criterio, si presentan las características gatillantes del conflicto...”*⁵

Sin embargo, la actitud tomada por muchos de estos jóvenes adolescentes proviene del propio seno familiar, en la cual se incuban los diversos esquemas que se manifestaran posterior y colectivamente en un grupo determinado.

Aunque este no debiese ser el centro de la explicación, en algunos casos la familia está cruzada por un quiebre, debido a las excesivas demandas por bienes materiales y económicos, a la exigüidad en la comunicación humana, la soledad en las grandes urbes y el delegar a otros acciones que solo le competen a los padres. Esto, provoca o contribuye a la degradación y

³ Doris Cooper, *Ideología y Tribus Urbanas*, Pág. 47

⁴ Doris Cooper *Ideología y Tribus Urbanas* Pág. 99

⁵ Doris Cooper *Ideología y Tribus Urbanas* Pág. 100

profanación de las relaciones en la comunidad pero por sobre todo afecta el crecimiento y desarrollo de las nuevas generaciones. Se irrumpe así en el seno familiar con una nueva forma de individualidad basadas en la soledad e imprecisión del entorno, afectando en el proceso de decisión y las etapas de la vida en donde se busca un referente de identidad, es en este período en que el individuo se integra por diferentes funciones en la sociedad, esta ambigüedad en el proceso formativo del adolescente los llevan a asociarse a otros de similares características en el cual conforman un todo vaciando su espíritu de pertenencia, amistad e inseguridad frente al mundo.

“...Perfiles psicosociales y conflictos asociados, simplemente potencian una capacidad crítica y creativa emergente a partir de la niñez, de la adolescencia y juventud, dado el hecho básico de que aun no han sido atrapados por el sistema económico y laboral, por lo que habitualmente se extiende solamente hasta el período de incorporación al sistema formal, una vez abandonado el “nido” de la familia, con o sin conflictos intrafamiliares incluidos, aún cuando muchos integrantes de tribus urbanas afirman que nunca van a cambiar y que jamás dejarán el movimiento contestatario.”⁶

La incompreensión de la sociedad moderna y por sobre todo de los “adultos” los vuelve símbolos de prejuicios debido a lo estático, racional y al miedo por parte de estos a ser sustituido por las nuevas generaciones, los “adultos o viejos”⁷ pretende mantener el mundo como fue, inmutable en el tiempo en relación directa con el pasado y la propia etapa juvenil.

⁶ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág. 101

⁷ Viejos: término utilizado por la juventud para señalar a personas adultas y con autoridad.

Cooper señala que:

“En lo que hace al problema de la adolescencia, podría ser útil ocuparse en primer lugar de casos que muestren las dificultades “típicas” del comportamiento del adolescente. Un análisis teórico del campo de tal situación, daría algunos índices acerca de qué condiciones aumentan o disminuyen estos síntomas...Puede decirse que el período de la adolescencia es un período de transición. Parece implicar... transformaciones más rápidas o profundas que en períodos precedentes... puede considerársela adolescencia como un cambio en la pertenencia a un grupo. El individuo se ha considerado a si mismo y ha sido considerado por los demás como un niño. Ahora no desea ser considerado como tal... Un cambio en la pertenencia a un grupo es una “locomoción social”, esto es cambia la posición del individuo en cuestión” (Lewin, K. 1958:123-124; 1936)”

Indudablemente se pierde la forma y el contenido, transformándose el entorno del adolescente en una sociedad cerrada e impávida frente a los nuevos tiempos. Y, es aquí, por la falta de guía, incertidumbre sobre el futuro y el rechazo, que la *intuición*⁸ y la experimentación como búsqueda aparece como respuesta para su conformación y estructuración como individuo; al parecer, gran parte del desarrollo de estos adolescentes y su asociación a estos grupos se debe a la falta de códigos de referencia en las generaciones adultas, de liderazgos claros, de severas formas de exclusión social, y, por consiguiente, los lleva a su propia autorregulación.

En un plano local, la subcultura adolescente chilena ha mostrado su interés por sanar los diferentes tipos de falencias a las cuales están expuestos (educación, expectativas laborales, económicas...), expresando su sentir de menosprecio por medio actos subversivos como: protestas, tomas de establecimientos escolares y otras expresiones tales como: vandalismo y

⁸ Nota para una aproximación teórica a nuevas culturas juveniles: tribus urbanas Raúl Zarzuri

agresividad social; ejemplo de esto es: el ataque a la ministra de educación Mónica Jiménez por parte de la escolar Música Sepúlveda, excusando su acto de arrojarle agua por sentir que no era escuchada. Para el sociólogo Raúl Zarzuri, del Centro de Estudios Socioculturales, **"en la sociedad chilena cada vez más se está considerando la violencia como un modo válido de resolver los conflictos"**⁹.

Los distinto hecho que involucran a estos grupos dejan al manifiesto la exigua inclusión y el poco entendimiento en la planificación social de esta subcultura, también dejan entrever su frustración por la sensación de las pocas expectativas e incertidumbre con respecto a su propio futuro. Lleva a demostrar que la poca comunicación y, principalmente, el escaso entendimiento de los otros actores sociales provocando la pérdida del diálogo y la comprensión que disipan las relaciones humanas, conocimiento, entendimiento y valoración del otro; potenciando en las últimas décadas el individualismo y la autorregulación.

Este proceso no es nuevo, ha sido influido por la sociedad industrial, la que ha marcado a la humanidad en una constante búsqueda del individualismo afectando principalmente a los más jóvenes los que sostienen que los adultos no comprenden los nuevos cambios que están sucediendo en la sociedad. No obstante, son estos mismos jóvenes que mantienen una fuerte crítica al sistema social los que generan los nuevos cambios en la ella, proponen nuevos conceptos, modos de vida, tendencias y lenguajes que a la vez reafirman sus propias fronteras como jóvenes y los diferencia del mundo adulto; además permiten la renovación periódica de lo antiguo e insertan nuevos modos de ver el mundo. Es así que, muchas de estas nuevas tendencias se construyen mediante la ocupación de un entorno por parte de un grupo de jóvenes

⁹ www.emol.cl /16 de Julio 2008

que buscan en sus iguales un sentimiento de pertenencia y respuesta del mundo, intentando con nuevos insumos encantar nuevamente a un mundo desencantado.

Mucho de lo señalado se asocia al proceso de crecimiento de las grandes urbes y la globalización, según Cooper: *“El proceso de globalización aparenta ser irreversible y el modelo capitalista, en esta fase, se extiende, genera procesos de aculturación y se apropia diferencialmente de diversas culturas e incluso de culturas ancestrales, tanto en Asia como en África y América Latina. “Ideologías y tribus urbanas”¹⁰*, que conlleva una disgregación por parte de los individuos que la componen, generando incertidumbre (sobre todo en las nuevas generaciones) debido a la inexistencia o pérdida de referentes sólidos y directos, y se ven afectados en sus expectativas. Manifiestan su inquietud en el rechazo hacia todo lo establecido con un tipo de respuesta contestataria, no solo en términos físicos, sino que además visuales y lingüísticos. Las dificultades de comunicación y la alteración de los roles afectan las posibilidades de toma de decisiones y llevan a la búsqueda en el exterior de sus propios códigos y referentes conductuales que construyan su identidad como individuo.

¹⁰ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág. 14

¿Qué es tribalización?

La tribalización corresponde a un fenómeno cultural, es decir, se trata de un movimiento de amplio aspecto que abarca los distintos ámbitos de la sociedad y que, a su vez, se influencia por todos ellos. El tribalismo está anclado dentro del desarrollo de la posmodernidad, de la disolución de las orientaciones que definieron a la modernidad como el sentido del desarrollo, la fe en la ciencia y la tecnología, el advenimiento del bienestar social, el progreso y la felicidad, convirtiéndose en elemento antagónico de ésta, pues se levanta contra las antiguas lógicas de la sociedad que limitan al hombre tanto en sus pensamientos como en sus acciones.

Las sociedades actuales han llegado al punto de apogeo del racionalismo y el fundamento de la verdad, transformando al hombre en Dios, despreciando y reprimiendo todo lo esencialmente “animal”. El tribalismo surge como opción y vía de escape a la sociedad moderna, generando un régimen horizontal de comunicaciones, totalmente opuesto a la constitución actual de verticalidad.

El tribalismo también se identifica por la negación de las leyes lo cual da paso a las conductas espontáneas, impulsivas y primitivas que conciben nuevos modos de vinculación entre los individuos, logrando un mayor acercamiento con el otro.

Maffesoli define tribalismo como: *“...las correspondientes consecuencias sociológicas que conlleva, de un desplazamiento que va del individuo con una identidad estable, que ejerce su función dentro de*

conjuntos contractuales, hacia personas, con identificaciones, que desempeñan papeles en tribus determinadas por sus elementos afectivos”¹¹

Maffesoli también integra al nomadismo como: “...El rechazo a las identidades únicas”. “las generaciones de jóvenes de dispersas partes del mundo tienden a preferir la errancia a diferentes niveles: en las elecciones de las parejas, de trabajo, de habitación...”¹²

Une de esta forma ambas en un factor común: “son anónimos y ponen énfasis en el aspecto pagano, lúdico y desordenado de la existencia”¹³

Las tribus urbanas se generan en la ciudad, aunque por influencia de los medios han alcanzado localidades rurales, se caracterizan por estar compuestas por adolescentes y marcando rasgos característicos y normativas de común acuerdo en su estructura interna. Hoy, ya se han convertido en parte de la sociedad siendo identificadas por ella como un fenómeno pasajero y de moda, aunque en términos más profundos son una expresión del fenómeno neo tribal.

Según Maffesoli: “... las tribus urbanas subrayan la urgencia de una sociedad empática, donde las emociones y los estados afectivos sean compartidos...”¹⁴

Uno de los grupos más influenciados por estos hechos de neo tribalización y nomadismo, han sido los jóvenes. La búsqueda de identidad y espacios llevan a estos a oponerse, con una “rebeldía conciente”, a los estatutos entregados por parte del resto de la sociedad. Se han transformado en agentes activos y socialmente participativos, concientes de su rol dentro de la sociedad posmoderna.

¹¹ Maffesoli, tribalismo posmoderno. De la identidad a las identificaciones , 2002, pág. 238

¹² Maffesoli, tribalismo posmoderno. De la identidad a las identificaciones , 2002, pág. 232

¹³ Maffesoli, tribalismo posmoderno. De la identidad a las identificaciones , 2002, pág. 232

¹⁴ Maffesoli, tribalismo posmoderno. De la identidad a las identificaciones , 2002, pág. 233

La manifestación de la cultura juvenil a desembocado en el reconocimiento e identificación por parte del resto de la sociedad, provocando un rejuvenecimiento constante sobre esta, debido a su influencia sobre los elementos con que se relacionan (territorio, lenguaje, estilos, clases sociales, generaciones...)

Siendo partícipe de las tribus el individuo se aparta de los estatutos establecidos, elementos que tradicionalmente rigen el comportamiento social. Se integra de forma horizontal con sus pares que mantienen una igual visión del mundo, en donde sus miembros pueden imponerse y desarrollarse mediante un lenguaje y expresión común, haciendo frente a represiones e imposiciones del entorno circundante. Desarrollan también su sentido de pertenencia debido a la existencia de espacios comunes, de valores colectivos y un rol determinado dentro del grupo, enlazando redes afectivas y dependientes con sus pares.

Generan características propias, un lenguaje interno y capturan un estilo de música determinada. Sin embargo, los medios de comunicación y el resto de la sociedad han transformado en moda a estos grupos, no solo influenciando la imitación por parte de otros sino que además transformándolos en objetos de consumo, vendidos a jóvenes como contra cultura con supuestos contenidos de interés y rebeldía.

Nuestra cultura nacional constituye parte de la cultura global y, simultáneamente, está compuesta por subculturas, *“El contexto subcultural del sistema capitalista, es necesariamente destacar la existencia a nivel nacional de subculturas urbanas metropolitanas y de subculturas rurales tradicionales y a nivel internacional y actualmente global, las culturas metropolitanas desarrolladas y centrales, y las subculturas dependientes y periféricas, ambas componentes del continuo cultural de la cultura global”¹⁵*. En Chile, como en tantos otros países, ha desarrollado sus propias subculturas con nombres propios y mezclas entre las características criollas y extranjeras; a diferencia de otras subculturas como. Los Punk, Neo Nazis, ocupas, hippies, entre otros globales, muchas de las nuestras solo las encontramos en Chile con características propias y diferenciadoras tal es el caso de los Pokemones, Emos y otakus, que logran submezclas como los pokeflaites, pokelais, aunque cabe la salvedad de los otakus estos últimos poseen un componente extremo de internacionalidad debido a su foco de interés (Japón) y a su importación de modismos, cultura y expresiones propias de esa sociedad.

¹⁵ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág. 46

Capitulo 2

El diseño es un elemento comunicador, que influye notoriamente en los procesos humanos llegando a modificar comportamientos y modos de vida; a su vez las tribus urbanas son una expresión social que, al igual que el diseño, impactan y poseen la capacidad de modificar conductas sociales. Estos dos elementos, diseño y tribus urbanas, se relacionan en un punto intermedio que es la comunicación.

Diseño y comunicación

“La comunicación genérica que intenta llegar a todos, llega solo a unos pocos, particularmente cuando se intentan afectar las actitudes y comportamiento de la gente”¹⁶

El diseñador comunica en cada vez que realiza una obra determinada, para lo cual se basa principalmente en el estudio y observación del entorno generando y proponiendo un modos determinado, tanto estos como los modelos de comportamiento se transmiten por los medios de comunicación, sin muchas veces importar la dicotomía entre lo emitido o mensaje con el receptor.

Es necesario, hoy en día, el rescate de tendencias culturales como fuente creativa y ajuste del diseño a la realidad, más aun si son un reflejo de identidad de la cultura en la cual están insertos.

“El rol de la comunicación visual no termina en su producción o distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación o cumplimiento para su propósito se centra en la ilusión de transformar la realidad existente en la realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas sino por personas”¹⁷

¹⁶ Diseño gráfico para la gente Jorge Frascara pág. 28

¹⁷ Diseño gráfico para la gente Jorge Frascara pág. 19

Para este estudio y como fuente de referencia de la realidad actual se han planteado tres elementos significativos e importantes en el rescate de estos modos comunicativos, en los cuales se representan puntos significativos como elementos amalgamadores y distintivos de las diferentes tribus urbanas. Estos son: **La moda, el color y el accesorio.**

Moda, reflejo de culturas:

Es reconocido que el diseño propone tendencias y modos de vestir los que están netamente basados en la observación de la sociedad, siendo un reflejo de la interpretación e inspiración en las tendencias culturales.

Se pueden clasificar tres áreas de exploración frente a la moda, estas son Alta costura, cultura popular y subcultura; de este último los fenómenos subculturales se filtran hacia la corriente principal de la moda donde se llegan incluso a considerar como innovadores.

“Los diseñadores han tomado prestados de la semántica del vestir y han derribado los límites con la intención de destruir principios y armonías por medio de tallas mayores, colores desentonados, con diseños que no siguen el perfil del cuerpo, creando ambigüedad, mediante yuxtaposiciones o tejidos poco usuales y acabados deliberadamente pobres o expuestos. Para el historiador, periodista y antropólogo de la moda, aprender, interpretar y aumentar este léxico creativo es de vital interés...”¹⁸

A partir de los 80` las grandes “casas de diseño” han optado por incorporar estos elementos subculturales otorgados por las tribus urbanas o grupos marginales e incluirlas en la moda a partir de la incorporación de detalles, colores o formas como por ejemplo los adornos *“los adornos permiten enriquecer encantos físicos, afirmar la creatividad e individualidad, o señalar la*

¹⁸ Diseño de Moda, Sue Jenkyn Jones, Pág. 22

pertenencia o rangos dentro de un grupo o cultura”¹⁹; hoy en día no es raro que el hacer referente a estos grupos como modelos inspiradores, tanto para promocionar un producto como para generar una nueva colección, especialmente si son dirigidos en un rango atareo potencialmente influyente. Nacen de este modo muchas tendencias, no solo en la moda sino que en su más amplia expresión de diseño.

La evolución natural las tribus urbanas y subgrupos sociales son una incubadora de ideas, es decir, de ella podemos extraer la evolución y la proyección de tendencias futuras, fuente de inspiración para nuevas ideas en diseño, conceptualización e identificación de nuestra sociedad y, por último, desarrollo de nuevas bases sobre las cuales el diseño puede reestructurarse. Esta fuente puede ser aplicada en distintos parámetros, como por ejemplo: “rescatar la riqueza visual de la tendencia pokemon (u otros) y aplicarlas en focos de interés”, también podemos llevarla a “conceptualizar estos fenómenos socioculturales y presentarlo como base en aplicaciones en: textiles, tendencias, moda, gráfica, entre otras.

Este tipo de expresiones se hace imperante el registrar sus características que aparecen en nuestra sociedad distinguiéndose como únicas y reducidas a cada territorio o país, puesto que pueden ser usados como fuente de inspiración en el área del diseño y, ¿Por qué no? generar una imagen e identidad para el hacer de diseño en Chile.

¹⁹ Diseño de Moda, Sue Jenkyn Jones, Pág. 19

El color, expresión simbólica.

El color es un elemento que puede otorgar identidad y pertenencia a un individuo; es claro y reconocido por todos que Chile está asociado al color gris, como también centro América o América ecuatorial esta asociada a los colores llamativos y alegres, el color representa una expresión social que es cargada con significado, siendo un ejemplo cercano son los partidos políticos, barras deportivas, entre otros.

La sociedad responde inconcientemente a la manifestación del color, distinguiéndose culturalmente ciertos colores poseen una carga intrínseca de significados, por ejemplo: en occidente, el color negro es asociado a la muerte, a diferencia de oriente que el color fúnebre corresponde al blanco.

Esta carga valórica es otorgada por la sociedad en la cual se desarrolla e incluye también sus prejuicios, creencias y relaciones con los sentimientos y emociones.

Tanto para las tribus urbanas como para otros individuos insertos en una sociedad determinada determinados colores posee inevitablemente significados y es por este motivo que algunos grupos subculturales a un mismo color le atribuyen diferenciación en su significado.

Para los punk, el negro significa *“un escudo, refugio, porque no es penetrable, y también una actitud de oposición al sistema, de una oposición rupturista frente a la sociedad, comunicando esa ruptura. Los punks de izquierda suman el rojo a su estereotipo, como aditamento que implica esta posición política crítica”*²⁰ En tanto para los góticos, que comparten una misma cultura de base: *“los góticos (originarios) llevan negro porque es un color que absorbe energía, calor, luz, es un símbolo de alguien que quiere absorberlo todo y retenerlo todo para sí mismo. Para un dark, el negro es el estado de ánimo en el que viven, para*

²⁰ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág.188

*ellos no existe nada mas que la oscuridad de su alma, sus problemas y depresión (El caballero gótico. www.fortunecity.com)*²¹

El color también posee una carga simbólica dentro de ciertos grupos y esta asociado a la pertenencia e integración en ellos.

El accesorio.

Los accesorios corresponden a elementos particulares que se incorporan como parte de la vestimenta y cumplen por sobre todo una función estética. Refuerzan la expresión, insertan un significado y enriqueciendo tanto la expresión como los encantos físicos, afirmar la creatividad e individualidad o señalar la pertenencia a algún grupo en particular.

Los adornos pueden ir contra la necesidad de comodidad, movimiento, salud o estética, como por ejemplo atar y vendar los pies, como en el antiguo oriente, el uso de tatuajes o piercing, en determinadas culturas o elementos deformadores del cuerpo, como expansores, vistos no solo en tribus aborígenes, sino que además hoy en la sociedad actual.

Un ejemplo claro de esto está dado en el mundo punk, *“las cadenas simbolizan el estar atado al sistema, y más que resistencia, representan el estar sobreviviendo en el sistema”.*²² *“Con respecto al mohicano, los jóvenes punks afirman que representan la capacidad de lucha indígena”*²³

²¹ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág. 111

²² Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág.188

²³ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág.187

Dentro de las ciudades es posible encontrar más de un joven perteneciente a estas “tribus urbanas” aunque esto no descarta la existencia de ellos en áreas más rurales o aisladas *“las subculturas son subsistemas que integran la macro cultura o cultura matriz e ideológica, y que poseen fronteras relativamente permeables, diferencialmente, según sea el grado de centralidad o marginalidad al interior de la cultura de pertenencia.”*²⁴, sabemos de su existencia (Pokemon, Otakus, Emos, Skin head, Punks, Góticos...), pero la cantidad y variedad de ellas es muy amplia como para una clasificación exhaustiva, por este motivo me referiré solo a tres, las cuales presentan características visuales llamativas: Pokemones, Emos y Otakus.

A simple vista la diferencia entre Pokemones y Emos resultan difíciles de entender, pero en realidad la diferencia se encuentra en los detalles.

¿Cuándo emergen?

Los grupos subculturales están referidos mayormente a jóvenes entre 13-18 años, que por lo general pertenecen a educación media y es más raro encontrar en niveles superiores como universitarios, trabajadores, o de mayor edad entre otros, pues son las exigencias del medio las encargada de insertarlas nuevamente en la sociedad; su sexualidad es liberada y es fácil encontrar entre ellos experiencias bisexuales, con gustos musicales basados en música foránea como el reggaeton (Pokemones), los Idol (Otakus) y grupos de rock anglo (Emos)

²⁴ Doris Cooper Ideología y Tribus Urbanas Pág.43

su forma de comunicación principalmente es la Internet, mediante el uso de blog, spaces y msn.

Estos grupos se dan a conocer después del año 2000 a pesar de existir, algunos, desde mediados de los 80`. Su mayor influencia en el reconocimiento de estos grupos tribales fue otorgada por el grupo musical Kudai, los cuales ponen en escena el tipo de vestimenta y características visuales que potenciará el reconocimiento por parte de la sociedad e influenciará tanto a estas tribus como a la mayoría de los jóvenes adolescentes.



Los Pokemones:

No es solamente a una tendencia nacional, si no que es probable encontrarlos en otras latitudes, Grace Amigo dice: *"Chile no genera tendencias, pero sí absorbe y crea modas con la mezcla. Pokemones hay hasta en Alemania, lo chileno es el Pokemon reggaetón"*.²⁵

Relacionados con la serie de televisión japonesa, los pokemones representan a una de las tribus más reconocidas por

²⁵ El Mercurio, domingo 6 de junio 2008

la sociedad. A pesar de las discutidas teorías sobre su origen y nombre, se los ha asociado principalmente a la cultura japonesa, aunque no necesariamente son seguidores de ella, sus integrantes son ligados de modo peyorativo a los personajes de la serie Pokemon por sus cabellos eléctricos y colores estridentes, se asocian estrechamente a la imagen de un joven Pokemon, esto deja de lado la teoría de sus pequeños personajes a la negación de crecer

Reconocidos por adornar sus cuerpo y rostro con muchos piercing, especialmente los labios y la lengua; en variedades metálicas, negros o colores fluorescentes.

Tienden a maquillarse solo las mujeres; ojos delineados bien negro y los labios pintados de rojo.

Hombres y mujeres por lo general de pelo oscuro y aplicaciones de color, utilizan similares cortes, no más abajo de los hombros, desflecados de manera desigual, con patillas y chasquilla (tiesa por la laca), que tiñen de colores rojo, rosa, violeta, verde, azul o decoloran para que quede el amarillo “natural”

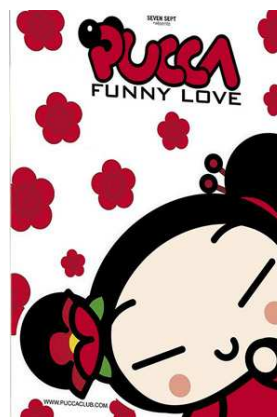


Serie animada de televisión Pokemon

Utilizan ropa más bien holgada, resaltando la mezcla del negro más rosado, verde o anaranjado.

Llevan consigo iconos de monitos japoneses de tipo muy infantil; por ejemplo Hello Kitty, Pucca y Pokémon..

Personajes de Hello Kitty
y pucca



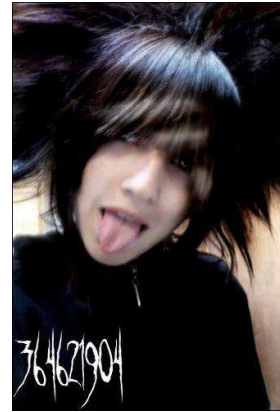
Lo más sorprendente es que al momento de realizar una entrevista a los seguidores de estas subculturas la respuesta más común esta basada en la tendencia de la moda o en los gusto por el color y la ropa utilizada, esto demuestra un la imprecisión de sus orígenes y la tendencia de las últimas generaciones a copiar modelos extranjeros, lo cual deja ver la vacuidad de ellas en sentido de identidad y pertenencia, a diferencia de otras tribus como los Punks, góticos... entre otros, que tienen un conocimiento más acabado de su propios inicios y filosofía subcultural.

Es común en la comunicación entre ellos el uso del Internet, con blog, fotolog y spaces donde expresan tanto su mentalidad abierta para el sexo como su variedad de estilos. Es recurrente el encontrar auto fotografías tomadas frente a un espejo, también es demandante el uso del Chat.

Es usual que un joven transite o emigre constantemente desde un grupo a otro sin diferenciarse o decidirse por pertenecer a un grupo o tribu determinada.

"Un chico puede tener tres o cuatro perfiles diferentes según el momento y esto se da por una crisis de los grupos de pertenencia tradicionales como la Iglesia o los partidos políticos", explicó el sociólogo Andrés Guarino.

Integrante de la sub
cultura Pokemon



Características visuales de los Pokemones:

- Visten de jeans ajustados, acompañados de zapatillas (skater) de marcas reconocidas generalmente blancas o colores ultra llamativos.
- Utilizan el fotolog, blog y spaces. Sitios donde se comunican y publican sus fotografías, midiendo su popularidad, según su número de conocidos.
- Bailan reggaeton, “poncean (término referido a besos y toques dentro de fiesta)”.
- Gran presencia de percing en rostros y por sobre todo labios.
- Sobre todo destacan por sus peinados eléctricos y coloridos, ello les ha dado una identificación con las series animadas Pokemon, asociando su estilo a sus personajes.
- Niños y niñas con mechas rubias, rojas, azules o verdes en el pelo.

- Piercings en la boca, en las cejas, en la nariz o incluso en el frenillo (entre labios y dientes).
- Peinados muy elaborados, tras horas de alisarse con plancha, dejando algo escarmenado el pelo en la parte de atrás de la cabeza.
- Largas patillas y chasquillas que tapan uno de sus ojos, que quedan absolutamente inmovilizadas con abundantes dosis de laca.
- Zapatillas para skate o planas, con diseños a cuadros y sin cordones. Y si los tienen, no los abrochan.
- Cintillos, bananos, cinturones con hebillas gigantes y “blin blin” (artículos brillantes) son sus accesorios.
- Las chicas usan poleras largas y apretadas, mientras los chicos se ponen los pantalones muy por debajo de la cintura, mostrando parte de su ropa interior.

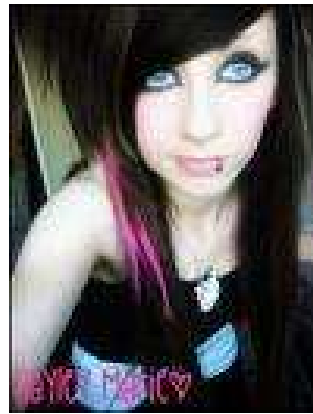


Descripción de un Pokemon

A la hora de vestirse un Pokemon elige principalmente contrastes cromáticos, o sea, combinaciones de colores en su vestimenta como: azul y blanco, negro y blanco, negro y magenta, verde limón y naranja, azul y amarillo, entre otros; aunque la combinación más clásica está dada por el contraste del negro o azul marino con otro color saturado y estridente.

Es habitual el uso de accesorios de tipo infantil con la combinación de detalles más adultos y sexuales, ejemplo de esto es: la combinación de encajes en medias o escotes con accesorios como chapitas con corazones, estrellas, de Hello kitty; escotes pronunciados con estampados de dibujos infantiles; maquillaje recargado, sobre todo labios sumamente rojos con chapes o cintas con flores, corazones o estrellas en rosa o brillos; atuendos o vestimenta insinuadora (minifaldas, escotes, medias panty con encajes) con zapatillas y bolsos infantiles decorados con colores e iconos ya mencionados.

La masividad, sello que caracterizó a este grupo juvenil desde un comienzo, va a terminar siendo la causa de su apogeo, a juicio de Grace. *"Va a llegar un momento en el que se darán cuenta de que perdieron su identidad y que son todos iguales. Cuando una moda pierde fuerza es porque todos son lo mismo".*



Los Emos

Emos, refiere a un individuo, principalmente adolescente, que expresa sus emociones en su apariencia física, con un énfasis en lo andrógono.

La cultura Emo tampoco es propia de Chile, y es reconocible en más de un país extranjero como México o Colombia.

La propagación de las tribus urbanas y difusión ha mutado inevitablemente en otras, no es raro que encontremos a grupos llamados como por ejemplo: emopunk, emocore.

Por lo general no hay grandes diferencias entre un Pokemon y un emo, la mayor diferenciación radica en su comportamiento siendo notoriamente marcada por su estilo depresivo, expresión de sus emociones que enuncian mediante su indumentaria, es también común el uso de piercing y, por lo general, el uso del jeans y poleras ajustados, con tendencia al negro pero aplicación de colores.

Una de sus mayores diferencias con los Pokemon esta en su maquillaje, pues este no es exclusivamente femenino ya que este ayuda a demostrar y marcar su estado anímico tanto en hombre como mujeres, el cual también es potenciado con el pelo que tapa uno o dos ojos. La diferencia fundamental entre la expresión Pokemon y emo esta dada por el maquillaje y el cuidado en su forma de vestir, a diferencia de los pokemones que combinan sus prendas a modo arbitrario y sin un trasfondo definido.

El foco de mayor atención y promovedor tanto del aspecto Emo como Pokemon lo instauró el grupo musical chileno Kudai, el cual se basa estéticamente en la inclusión del negro como color principal y su aproximación a la música depresiva y sentimental. La diseñadora de este grupo Marcela Farias, Marabunta co., explicó en su exposición del seminario de moda organizado por la Universidad de Valparaíso, Escuela de Diseño año 2004, que su estilo se basa en la preocupación por los detalles, incluir accesorios y ornamentas a las prendas de vestir enfocándose principalmente en la insinuación y seducción incorporados en las prendas de vestir. A pesar de esto el grupo musical no pasa a ser excluidamente Emo ya que no es reconocido en su totalidad por esta tribu como representante del mundo Emo, lo que genera influencias sobre la tendencia Pokemon.

“El extraño de mundo de Jack” Película del director
de Tim Burton,



¿Cuándo emergen?

Por bastante tiempo el término “Emo” fue utilizado para describir un tipo de música pero a partir de los 90` este se amplió a más campos incluyendo un estilo personal, fue representando en películas como “el joven manos de tijeras”, “el extraño de mundo de jack”, “la novia cadáver” de Tim Burton, que corresponden aun estilo drama-romántico con una marcada expresión gótica. En los últimos años y con la proliferación del Internet y las comunicaciones que el término “Emo” a sido designado para abarcar, además, un grupo, tribal.

Características

Los emos por lo general estan asociados (musicalmente) a bandas como My Chemical Romance, Panic at the Disco, Anberlin, 30 Seconds to Mars, Fall Out Boy, Amber Pacific, Alkaline Trio. Y, a raíz de esto, la diferenciación entre ellos esta dada por el estilo de música llamando *posers* a quienes escuchan música pop como Kudai.

Francisca pasó a segundo año de educación diferencial en la Universidad Católica de Valparaíso. *“Yo creo que el look emo*

tiene que ver con las emociones (agrega), con ser mucho más sentimentales, por eso la música es mucho más emotiva, y por eso a veces el maquillaje con lágrimas reflejando tristeza, porque así se muestran mejor las emociones”.



Grupo musical Kudai

Descripción de un Emo:

- El Emo, su personalidad y aspecto físico están ligados, por lo general un Emo debe ser delgado y alto, lo cual para ellos es sinónimo de depresión, una vida sin sentido y sufrida. Por el contrario si un Emo no cumple con esta condición será tachado de “casposo o lámpara” lo cual llevará al rechazo por parte del grupo.
- El **pelo siempre debe cubrir la cara** ya que son antisociales y con ello demuestran el no ser visto. También significa que su existencia es sombría y triste.
- Su vivir es una **constante depresión** pues para ellos el mundo es miserable y denigrante.
- Su habitación debe poseer **poca luz**, cubrecamas de un solo color y por lo general de colores oscuros de esta forma recordarán lo miserable de su existencia y permanecerán en un estado de depresión todo el día.

- Los 'Emo' **deben creer en la religión.**
- **Sus símbolos son: calaveras, corazones rotos y estrellas rosadas, entre otros.**
- Las parejas sentimentales deben ser también 'Emo'. Es difícil hablar de la música 'Emo' pues los seguidores de las **bandas 'Emo'** son muy cerrados a la hora de hablar de su música. Según dicen, **no les gusta "casposearla"**; el argumento es sencillo: **no quieren que se comercialice ni mucho menos que caiga en manos de gente no 'Emo'.**
- **Rechazan todo lo que sea comercial. My Chemical Romance** Pertenece al estilo 'Emo', sin embargo, la comunidad 'Emo' rechaza su vínculo con esta banda por el motivo anterior.

Bandas musicales Emo:

- Program The dead
- Lostprophets
- The used
- Afi
- Strung out
- Kids in the way
- The almost
- Fightstar
- Hawthorne Heights
- Jimmy Eat World
- Sunny Day Real Estate (o SDRE)
- Planes Mistaken for Stars
- The Get Up Kids

Descripción de la vestimenta

- Zapatos Converse o Vans
- Busos ajustados al cuerpo con capucha
- Camisetas pegadas al cuerpo con estampados.
- Jeans de color negro entubados
- Estrellas, rosadas en las correas o en los morrales.
- Pelo de medio lado cubriendo uno o ambos ojos.
- Piercing en la ceja izquierda y en el labio inferior izquierdo
- Colores: rosado, rojo y negro principalmente
- Maquillaje de ojos, color oscuro.
- Boxers
- Uso de líneas en sus prendas, generalmente horizontales.



Emos y elemento visual
primario, diferenciarse a partir
de su corte de cabello



Los Otakus, moda japonesa.

El anime sin duda ha marcado una generación, y los Otakus son una respuesta a esto; corresponden a una de las sub culturas más extendidas internacionalmente y no se restringe solamente a nuestro país. En aspectos más amplios esta sub cultura puede ser comparada con los punk, neonazi, hip-hoperos entre otros.

Los Otakus provienen de la cultura japonesa de japonesa y están divididos a lo largo de su historia en dos partes, los Otakus más antiguos que se juntaban solamente a compartir en torno al animé y las nuevas generaciones, a la diferencia de los primeros Otakus, que además de ser fanáticos también se visten como sus personajes, escuchan música de grupos japoneses e importan elementos extranjeros.

¿Cuándo emergen?

Otaku proviene de una palabra japonesa que refiere a un individuo que invierte determinado tiempo en un hobbies, con el transcurso del tiempo se extendió por Japón y occidente hasta transformarse en una connotación negativa para un individuo obsesivo y aficionado. Se registra el uso de este término a mediados de 1980, aunque el manga japonés llega a Chile a fines de los 70 donde una generación bastante restringida por los eventos sociales de la época adopto este tipo de animación y lo transmitió de generación en generación. Una de las características más notables del manga y por las cuales se puede

entender su fanatismo es que este tipo de expresión gráfica no solo esta orientada a un publico infantil o adolescente sino que también es posible encontrarlo dirigido a distintos estratos y rangos etarios.

El manga se define principalmente como una historieta, comparado con occidente, un cómics. Dentro de este genero de historieta se distinguen dibujantes como Akira Toriyama, representado por sus creaciones como Dr. Slump, y Dragon Ball, Rumiko Takahashi creador de Ranma 1/2 y Mazakazu Katsura, **autor de las famosas** Video Girl y DNA².

En Japón es posible encontrar el animé no solo como expresión dentro del manga, el cual se basa esencialmente en la animación de las historietas. El anime esta dirigido indiferentemente a hombres, mujeres, niños y ancianos, como medio de información y educación, siendo utilizado como elementos de comunicación masiva, al igual que el manga apareciendo en folletos públicos, de información, instructivos, etc.

La diferencia del cómics occidental con el manga están dadas básicamente que en oriente no se reconocen ciertas restricciones como el erotismo, la desnudes, violencia, contenido sexual explicito y al represtación de la vida real como el abarcar minorías sexuales. En los EE.UU. la importancia de los cómics esta enfocada a los súper héroes y con ello la mayoría de los contenidos, en comparación con Japón, han sido restringidos.

Dentro del grupo de los Otakus existen subgrupos, diferenciándose por su inclinación dentro de las distintas corrientes del manga o historieta japonesa, estos son:

Akiba-kei: individuos pertenecientes que dedican la mayor parte de su tiempo a los video juegos o el animé. Pertenecen al barrio de Akihabara ubicado en el distrito de

Chiyoda en Tokio meca para los otakus, pues la mayoría del comercio gira en torno a la industria del anime o video juegos.

Wotas: Fanáticos de los Idol japoneses o celebridades, generalmente femeninas y de alrededor de los veinte años, que han alcanzado la fama en gran parte por su apariencia física. Los wotas refieren a los clubes de fans donde organizan presentaciones previas a los conciertos a favor de sus idol.

Mekay: Estudiosos de la cultura animé, ellos investigan tenazmente todo lo relacionado con la cultura manga.

Cosplay: chicos y chicas que suelen disfrazarse de dibujos animados.

Oshare: niñas que se visten de muñecas o mucamas con faldas cortas orejas de gato y cola de alambre.

Visuals: devotos del rock japonés.

Fanáticos del animé y la transformación en sus personajes favoritos.



A partir de la existencia de estos grupos, se generan nodos de encuentro explotados por micro empresarios donde reúnen, la mayoría de las veces, todos los elementos que puedan potenciar su fanatismo.

Referentes de la animación, las tiendas de accesorios y venta de animé han proliferado, siendo un negocio de importaciones muy lucrativo. En la ciudad de Viña del Mar, como en otras urbes, han surgido un número considerable de tiendas asociadas a este grupo en especial, en ellas se importan con bastante frecuencia figuras del animé, vestimenta, videos, música, entre otros. La relación dada en este tipo de tienda, en comparación a otras de áreas similares, mantienen un estrecho vínculo con sus clientes, llegando a desarrollar tratos de importación de productos específicos. Muchos de los individuos que no necesariamente son niños o adolescentes invierten sumas de dinero considerables en la adquisición de productos, indumentaria y animación japonesa, llegando a vender objetos personales o adquirir deudas económicas para la adquisición de ellos. Además de este tipo de tienda, se han incrementado la comercialización de este tipo de productos, obteniéndolos no solo por medio de estas tiendas sino que además foros en Internet o importando por medio de intermediarios los artículos directamente de Japón.

Características visuales de los Otakus.

La característica más común dentro del mundo otaku hace referencia a al mundo del anime, sus personajes, muchos llevan una imagen normal aunque esencialmente se distinguen en la incorporación de su vestimenta por el uso de chapitas, accesorios como iconografía de personajes del manga y grupos musicales japoneses.

Asimilación de los personajes por parte de los Cosplay, indistinta y desprejuiciadamente de su sexo.



Muchos de ellos se visten **(Oshares y Cosplay)** como algún personaje de serie nipona, sin embargo lo más destacable dentro de este grupo pasa por el asumir la identidad de sus personajes favoritos al momento de disfrazarse, independiente de su sexo, características físicas o irrealidad del personaje seleccionado, muchos incorporan a su vestimenta algún elemento distintivo de sus personajes favoritos o bien intentan mantener consigo la mayor cantidad de imágenes, accesorios u objetos posibles.

Importancia económica de las culturas tribales.

Las diferentes tribus han evolucionado en un momento en que el país se encuentra en una etapa economía bastante estable, lo que ha sido un elemento estimulador tanto para la juventud como el resto de la sociedad para la adquisición de casi cualquier tipo de producto reconocido a nivel mundial. Los intercambios económicos y el creciente interés social de mirar hacia el extranjero han facilitado la absorción de modas foráneas, marcando aun más el interés de la sociedad por la adquisición de estos artículos mundialmente conocidos.

La llegada de marcas como Apple han favorecido al interés de la sociedad por artículos de estas u otras marcas, propiciando el endeudamiento y favoreciendo la ansiedad de obtener este tipo productos; las distintas empresas internacionales ven con buenos ojos este fenómeno y han propiciado la llegada de distintas mega marcas, lo que se traduce en una creciente oferta y facilidad que entrega el mercado para la adquisición de productos de marcas conocidas.

Uno de los grupos sociales con mayor permeabilidad a la influencia de la imagen de estas mega marcas son los grupos adolescentes, los cuales acompañados por el beneplácito de sus padres y las crecientes tendencias a relacionar “el tener” con un estatus o pertenencia a un grupo determinado, se convierten en una fuente económica rentable.

El rescate de las culturas tribales para la industria se focalizan principalmente en la adquisición de productos, muchos de ellos son de costos elevados, los que se presentan transversalmente en las distintas tribus. Según algunos estudios:

"Las marcas están a la espera para ver qué va a pasar: es un fenómeno que perdurará en el tiempo o va a decaer", explica Elvira Chadwick, gerente general de la consultora Lado Humano (www.elmercurio.cl 07/06/2008). En este sentido, los resultados han sido auspiciosos para las empresas puesto que los grupos subculturales se definen por lo que se ponen y no por ideologías. Por ejemplo, las similitudes entre reggaetoneros, peloláis, Pokemones y Emos se focalizan en las zapatillas, ya que independiente de su estrato socioeconómico todos invierten sustancialmente en la adquisición de marcas determinadas en donde destacan tales como: Vans, DC, CIRCA, ADIO, Nike y Converse, entre otras.

Estos sub grupos no admiten analogías, pero su consumo sí. De este modo podemos afirmar lo siguiente:

1. *Lo aspiracional sigue siendo un tema: mientras los reggaetoneros aspiran a un mp3, los Pokemones y Emos lo tienen, pero desean un iPod, que las peloláis ya poseen.*
2. *Si se trata de Anteojos, con "bling bling" o brillantes de fantasía son accesorios que se pueden encontrar en ferias libres desde \$2.000.*
3. *En lo relativo a cinturones, estos se pueden encontrar en persas, Patronato y Eurocentro, entre otros, a valores que bordean los \$7.000 y \$10.000.*
4. *Sobre las zapatillas, las hay entre \$25.000 a \$50.00.*
5. *La compra de artículos o prendas de vestir está dada por un patrón común: los consumidores tienen ingresos entre \$30.000 a \$150.000. C3 y D es el segmento de los pokemones y emos, pero este último también se ve en el C2 y algunos C1.*
6. *Estos recorren Patronato, Eurocentro, Portal Lyon y las grandes tiendas en busca de un look, más que una marca; pero en zapatillas, invierten en las más reconocidas, lo que les permite diferenciarse.*
7. *Tienen mp3 y celular con reproductor de música, siendo el preferido la línea Sony Walkman. Pero aborran en minutos, ya que tienen prepagos.*

8. *Compran cosméticos baratos, como Jordana, y tienen un alisador. Y mientras los emos se peinan para abajo, los pokemones usan hasta cola fría para subir mechones.*²⁶

A lo señalado, podemos sumar que muchos de los adolescentes se comunican por vía Internet, descargan música y publican sus fotografías en blogs, spaces, fotolog, entre otros, lo cual propicia a la reflexión sobre nuevos nichos de negocios a compañías de telecomunicación, telefonía, computacionales, ciber cafés, entre otras.

En las diferentes comunidades tribales la obtención de productos relacionados con la identidad no es indiferente. El endeudamiento y la adquisición de objetos y elementos de distinción se convierten en una base importante para la identificación grupal. Muchos de los individuos de estas subculturas, que indiferentemente de provenir de una clase social económicamente inestable, invierten grandes presupuestos en elementos como el Ipod, prendas de vestir con marcas conocidas, teléfonos celulares con tecnología de punta, Mp3 y Mp4, entre un sin número de elementos relacionados. Esto se ve reforzado, sobre todo, si tomamos en cuenta el apoyo de muchos padres, que ven de buena forma la entrega de elementos materiales de última tecnología a sus hijos. Así, *"Los pokemones, herederos de la economía de libre mercado de Pinochet, son parte de una floreciente clase media con imprudentes hábitos de consumo", sentencia el artículo, que sugiere que estos adolescentes han seguido el ejemplo de sus padres, inmersos en una sociedad consumista donde 'ser' es lo mismo que 'tener'.*²⁷

²⁶ Economía y negocios www.emol.com

²⁷ www.elmercurio.cl/ 28/03/2008

Conclusiones y comentarios finales.

Las tribus urbanas están condicionadas por reglas que definen el comportamiento parcial o total de sus miembros. Muchas tribus emergentes sólo se diferencian y asocian por medio de su indumentaria o prácticas afines sin una ideología determinada. La mayoría de los integrantes pertenecen a éstas hasta el abandono del nido familiar o la inserción dentro del mundo laboral, por lo que el rango atareo está determinado desde el inicio hasta el fin de la adolescencia.

Nuestra sociedad inmersa en el consumo de bienes materiales y preocupada del éxito personal, asocia el bienestar con la tenencia de objetos materiales, por lo que la lucha por el éxito afecta transversalmente a todos los individuos, generando una constante competencia. Pero, el “hundir” al otro nos lleva a perder la comunicación con el resto de nuestros iguales, provocando como respuesta el surgimiento de los grupos más vulnerables, es decir, de grupos tribales urbanos como respuesta dada a la sociedad.

A pesar de las indiscutibles tecnologías de comunicación que nos mantienen conectados prácticamente las 24 horas del día, el fenómeno de tribus urbanas surge por la pérdida de la comunicación y por los escasos espacios de dialogo, desarrollando carestías en vínculos sociales, familiares o emocionales e incitando en la búsqueda del otro por intereses afines. Así, muchos de los integrantes de los grupos tribales encuentran es estos individuos similares (de una misma situación económica, familiar y social,) acogida, con los cuales

pueden compartir y expresarse en “modo de igualdad”, resguardándose de la agresividad del medio.

La permanencia de estos grupos y su evolución en el tiempo va más allá de una simple moda, ya que se condiciona su relación con el resto de la sociedad. Ella, cataloga a estos grupos muchas veces como agresivos, desviados, e incluso drogadictos; apreciación dada principalmente por el desconocimiento y el prejuicio hacia ellos, lo que provoca no solo su rechazo sino que además el de otros grupos tribales. Por ejemplo, los Pokemones, reciben constantes agresiones por parte de los Neonazis y de otros grupos subculturales como los Flaite, y son considerados por muchos como sexualmente liberales y desviados, lo que conlleva el rechazo en muchos aspectos.

Según los últimos acontecimientos e investigaciones sobre este grupo en particular, muchos de los Pokemones están evolucionando o simplemente desaparecerán, ya que cada vez más disimulan su vestimenta y controlan sus reuniones grupales. Son ahora catalogados con frecuencia como Pokelais, es decir, mezcla entre los peloláis (o grupo ABC1) con ciertos rasgos de los Pokemones. Esta fusión de tendencias tribales obedece, además de la constante agresión del medio social, a la falta de una ideología fija que los consolide como tribu urbana.

La evolución de las distintas subculturas es inevitablemente, a pesar de poseer una ideología común y, muchas veces, cerrada al resto de la sociedad. Pero, también, están ineludiblemente inmersas en una cultura global. El diseño, por su parte, trabaja de manera inevitable con la evolución de la sociedad, planteando constantemente nuevas propuestas que cautivan al resto de la comunidad.

En un punto de encuentro tenemos al diseño como elemento amalgamador de las distintas culturas y subculturas. Este interviene de modo conciente, relacionado diferentes

puntos en un solo nodo de encuentro, es decir, el diseño se convierte en la herramienta fundamental para la coexistencia de fenómenos que por si solos pueden llegar a repelerse. A pesar de esto, las distintas expresiones sociales inevitablemente evolucionarán en el tiempo, ya sea por un agotamiento de la fuerza de expresión o por un ajuste a los nuevos cambios sociales.

Para el diseño el fenómeno descrito enriquece la sociedad en la que está integrado, siendo favorable no solo por su renovación con nuevos estímulos, sino que además puede refrescar y dinamizar a la sociedad bajo un manto de nuevas tentaciones.

La mayoría de las tribus urbanas seguirán evolucionado y adecuándose a los nuevos tiempos, como los Otakus. Otras agrupaciones estarán condenadas al fracaso, la transitoriedad y la extinción, como los Pokemones y Emos, sobre todo si tenemos en cuenta que su estructura y base es simplemente visual.

El consumo material y muchas de las características en su vestimenta como la incorporación de iconos infantiles, colores determinados o actitudes específicas no representan necesariamente inmadurez, pero sí involucran expresión de carencias personales o socioculturales. A pesar de la falta de ideologías, la integración a estos grupos está mayormente determinada por carencias socioculturales, familiares y expresivas; muchos jóvenes se incorporan a grupos tribales o adoptan elementos representativos ellos, tomando una posición defensiva ante la sociedad, siendo la vía escape, el cobijo y aceptación de estas subculturas.

Lo señalado, no resulta extraño dentro de los marcos de una sociedad -como la nuestra- que es altamente excluyente y

segregadora, que ha sido incapaz de compartir los beneficios de riqueza generada por el aumento del PGB.

La importancia icónica de los elementos usados por los individuos pertenecientes a las distintas tribus urbanas, se traduce en una percepción personal concordante con las características grupales (grupo de pertenencia), pero por lo general no poseen mayor significado que el propio individuo quiera otorgar. Esto, las diferencia nuevamente de otros grupos tribales, que tienen un concepto comunitario de los elementos usados.

Claramente, existe una correlación directa entre mercado y la existencia y la proliferación de estos subgrupos. Las relaciones culturales provocadas por los procesos economía con otros países (economía abierta y globalizada) junto con el peso estructurante en nuestras vidas de las industrias culturales, inevitablemente llevan a intercambios en los más diversos planos de la cultura. Los flujos van en todas direcciones, por lo que las distintas culturas absorben características y rasgos de otras.

En este sentido, y en la perspectiva del diseño, las empresas permanecen alertas frente a al surgimiento y existencia de estos grupos como potencial mercado. Muchas de las empresas aprovechan y están consientes de este tipo de fenómeno, logrando persuadir a los distintos integrantes de las subculturas al detectar sus carencias y deseos de distinción,; así, las transforman en modas y las convierten en fenómenos mediáticos. De este modo, las tribus urbanas logran más adeptos cuando estos se convierten en modas o fenómenos comunicacionales.

En las sociedades occidentales, el periodo de la adolescencia es permeable frente influencias y estímulos de los nuevos grupos. Es también es un periodo de fuerte crítica con

respecto al sistema, llevando al adolescente a buscar fuera de los límites de su nido familiar otros tipos de referentes directos y afines. Los grupos, entonces, se transforman grupos de referencia, y luego, en grupos de pertenencia al usar su iconografía.

Las diferentes tribus a las que nos hemos referido no poseen una definición exacta de su ideología, o bien, no poseen una ideología. Son distintas, comparándolas con otras de mayor historia como los punk, neo nazis, hippies, lo cual las hace más débiles y propensas a que sus integrantes pertenezcan a ellas sólo por moda y no por convicción.

La relación social dentro de las tribus urbanas está compuesta por una vestimenta simbólica lo que diferencia a estas de otras, creada a partir de percepciones generales y fácilmente influenciada por iconos mediáticos. Las bandas musicales y publicidad son grandes elementos difusores. Los integrantes de las distintas tribus están propensos a las propagandas publicitarias lo cual influye sobre los objetos de consumo. Tal como en el pasado, en las distintas tribus es relevante el corte del cabello, y es un símbolo de distinción frente a otros grupos tribales, siendo un complemento fundamental su vestimenta y el uso de colores como hemos detallado.

Para el diseño, la preocupación por estos grupos se hace importante y relevante ya que de estos se desprenden las nuevas tendencias, no solo en el campo de la moda, sino que además como un conocimiento acabado de la sociedad en la cual se insertan los objetos de diseño. El entender y comprender al entorno no solo transforma y adecua las nuevas propuestas de diseño sino que además las ajusta a un marco de realidad, enfatizando en las observaciones principales del análisis de la sociedad.

Los principales grupos tribales a lo largo de la historia han propiciado cambios profundamente radicales y transformadores dentro de la sociedad en que se han desarrollado, pero más aun son una potencial fuente creativa para diseñadores como una oportunidad para el desarrollo de propuestas innovadoras y potenciales desarrollos de identidad tanto a nivel internacional como de orden local.

Potenciar al diseño por medio de la observación del entorno cercano es un desafío. Las nuevas propuestas y concepciones del diseño generan en este campo disciplinar valor agregado e identidad nacional en relación a otros escenarios culturales y otros grupos subculturales emergentes, siendo posible aun más si tenemos en cuenta que posee un fuerte sentimiento de patriotismo el que puede ayudar a afianzar una identidad nacional y única diferenciadora en diseño e innovación con rescate de los elementos culturales que nos entrega nuestra sociedad. En otros términos, las incidencias del valor agregado para el diseño tienen un costo relativamente bajo y un efecto a nivel general dado por su valor agregado y las posibilidades de ventajas competitivas del producto final como también la identidad país.

Presentación.....	02
Capítulo 1.....	05
Primeras Aproximaciones.....	06
Identidad.....	09
Prejuicio.....	11
Proceso de tribalización.....	17
¿Qué sucede en Chile?.....	20
Capítulo 2.....	21
Diseño y tribus urbanas.....	22
Diseño y comunicación.....	22
Moda, reflejo de culturas.....	23
El Color, expresión simbólica.....	25
El Accesorios.....	26
Reconociendo algunos grupos.....	27
¿Cuándo emergen?.....	27
Los Pokemones.....	28
Características visuales de los Pokemones.....	31
Descripción de un Pokemon.....	33
Los Emos.....	34
¿Cuándo emergen?.....	36
Características.....	36
Descripción de un Emo.....	37
Bandas musicales.....	38
Descripción de la vestimenta.....	39
Los Otakus, moda japonesa.....	40
¿Cuándo emergen?.....	40
Características visuales de los Otakus.....	44
Importancia económica de las culturas tribales.....	45
Conclusión y comentarios finales.....	48
Contenidos.....	54
Bibliografía.....	55

Ideologías y Tribus Urbanas Doris Cooper

Tribalismo Posmoderno, de la identidad a las Identificaciones Michel Maffesoli

Diseño Gráfico Para la Gente Jorge Frascara

Diseño de Moda, Sue Jenkyn Jones

Nota para una aproximación teórica a nuevas culturas

Juveniles: tribus urbanas Raúl Zarzuri

Tribus Urbanas: por el devenir cultural de nuevas sociabilidades juveniles- Rodrigo Ganter S. y Raul Zarzuri C.

El mercurio www.elmercurio.com

Las últimas noticias www.lun.com

La Segunda www.lasegunda.com

www.emol.com

