



El gust juvenil en joc

*Distribució social del gust específicament juvenil
entre els estudiants de secundària de Terrassa.*

Roger Martínez Sanmartí
Jordi Pérez Sola

Assessorament estadístic:
Miquel Amador i Guillem
Guillem Bou i Bauzà

Barcelona, desembre de 1996

Índex

INTRODUCCIÓ	7
I — EL GUST	13
1. El gust individual	15
El sentit comú	16
El 'ser diferent'	19
La presentació de la persona a la vida quotidiana	22
<i>La vida com a teatre, 25</i>	
Enrotllats' i 'pringats'	28
<i>Enrotllats', 'empollons', 'jefecillos', 'xulillos' i altres, 31</i>	
Ruptura amb el sentit comú	37
<i>Els 'jos' heretats: romàntic i modern, 38</i>	
2. El gust i el grup	39
Ser o no ser... part d'un grup	40
Nosaltres i els altres, dintre i fora	42
Comparació, prototips i enveja	43
<i>Criteri d'identificació del 'nosaltres', 43; Comparació i enveja, 44</i>	
Canvi de 'nosaltres' segons la situació:	45
Consciència reflexiva	46
<i>Naturalització i 'encossament', 47; Un jo únic o un jo camaleònic, 49</i>	
3. El gust i l'estructura social	50
Consum ostensible i distinció valorativa	51
Estil de vida	54
Gust, 'habitus' i coneixement pràctic	57
<i>Espai social i 'habitus', 57; Coneixement pràctic, 59; Aprenentatge i oblit dels límits, 60</i>	
La distinció	61
La dinàmica dels camps	62
<i>L'homologia dels camps, 63</i>	
Dominants, dominats i lluites	64
<i>La lluita dels enclassaments, 64; Estratègies de distinció, 65</i>	
Estratègia i habitus	66
<i>Habitus i racionalitat, 66; Autonomia, 68</i>	
Dominats, dominants i la tesi postmoderna	71
<i>La tesi postmoderna, 72</i>	
Joves terrassencs com a sistema d'interacció	75

II—EL CAMP DE JOC	81
4. 'Jove' com a realitat social.....	83
Transició.....	84
<i>Models de transició, 86</i>	
Espai juvenil a Terrassa.....	90
5. La joventut com a discurs social.....	92
Cultura juvenil, cultura de masses,.....	92
cultura popular i alta cultura.....	92
Cultura juvenil i joventut.....	96
6. Terrassa.....	99
III—EL GUST EN JOC	103
7. Quina mostra per quina població.....	105
Enquesta.....	105
Centres.....	106
<i>Centres de Formació Professional, 106; Centres de Batxillerat</i>	
<i>Unificat Polivalent, 107; Centres d' ESO, 107; Població i mostra,</i>	
<i>107</i>	
Classe social.....	108
Entrevistes.....	111
8. La distribució del gust per classes socials.....	111
Què fem aquest cap de setmana?.....	113
<i>La figura del fugitiu, 113; La figura del marxós, 114; La figura del</i>	
<i>jugador, 116; La figura del passejant, 117; La figura del Nintendo,</i>	
<i>117; La figura del distingit, 118; La figura de l'excursionista, 119;</i>	
<i>La figura del cinèfil, 119</i>	
Què prenem aquest cap de setmana?.....	119
<i>La figura del bevedor, 120; La figura del 'porrero', 120; La figura</i>	
<i>del 'pastillero', 122; La figura del sibarita, 122</i>	
Què ens posem aquest cap de setmana?.....	122
<i>La figura de l'invisible, 123; La figura del cridaner, 123; La figura de</i>	
<i>l'esportiu, 125; La figura del provocador, 125; La figura del</i>	
<i>l'arregladet, 125; La figura del tirat i de l'espellifat, 126; La figura</i>	
<i>del 'heavy', 127; La figura de l'obscur, 127</i>	
Què escoltem aquest cap de setmana?.....	127
<i>La figura del passat, 128; La figura del 'rumbero', 128; La figura del</i>	
<i>distingit, 128; La figura del 'heavy', 130; La figura del català, 130;</i>	
<i>La figura del poper, 130; La figura del 'rocker', 131</i>	
A on anem aquest cap de setmana?.....	131
<i>La figura del 'makinero', 132; Altres figures makineres, 132; La</i>	
<i>figura del maquinari pija, 132; La figura del tirat, 134; La figura del</i>	
<i>frustrat, 134</i>	
Quina distribució social del gust?.....	134
9. Marxa, no marxa, i quines marxes.....	137
<i>Normalitat, 139</i>	
Makinera.....	139
Tirat.....	145
Màquina pija.....	150
No agrada sortir.....	151
Estructura social i els tipus ideals.....	156
10. Categories transversals.....	157
Normals i extremats.....	158

Catalufos i quillos.....	166
Pijos i no-pijos.....	171
Violència física i simbòlica.....	174
11. Sub-tipus de marxes.....	177
Skins.....	177
<i>Estètica skin a l'enquesta, 181</i>	
Fiestero.....	182
Màkina a Terrassa.....	183
Marxes alternatives.....	184
<i>Sense permís per sortir, 184; Salsa, 185; Bars musicals, 185; Gent</i>	
<i>cibernètica, 186; Sales de màquines i parcs, 186; Cumbes i</i>	
<i>radicals, 187</i>	
12. Trasvasos i foc creuat entre els tipus ideals.....	187
Tirat/màkina.....	188
Màkina/màquina pija.....	192
Màquina pija/tirat.....	195
Tot terreny.....	197
13. Realitat objectiva, canviant i vinculant?.....	199
Reflexivitat.....	201
Estudiar o divertir-se, aquesta és la qüestió.....	205
Nois i noies.....	206
CONCLUSIONS	209
Categoritzacions 'salients'.....	211
Marxosos normals i plens.....	212
Marxa i estructura social.....	214
Autonomia de la cultura juvenil.....	215
Reserva davant la marxa.....	216
BIBLIOGRAFIA	219

INTRODUCCIÓ

INTRODUCCIÓ

Aquesta és una recerca sobre el «gust» dels joves (nois i noies). No del gust com a sentit que permet percebre els sabors, sinó del gust estètic en general, del que agrada i el que no agrada: música, roba, activitats, etc. Habitualment els estudis sobre el gust dels joves tenen un d'aquests dos plantejaments: o bé es fa un inventari sobre els gustos de «la joventut» com a tot homogeni, que quantifiqui el tant per cent de joves que miren la televisió (amb la mitjana d'hores i el tipus de programes que més veuen), el tant per cent de joves que escolten música (i quin tipus de música), el tant per cent de joves als que agrada sortir de nit i la freqüència amb la que ho fan, etc. —la majoria d'estudis existents sobre joventut pel que fa al seu oci i les seves preferències és d'aquest estil—, o bé es fa un estudi qualitatiu sobre les anomenades *tribus urbanes*, que acostuma a consistir en anàlisis etnogràfiques, bibliogràfiques o de contingut dels *skins*, els *heavies*, els *punks*, els *okupes*, etc.

Doncs bé, aquesta investigació no comulga amb cap d'aquests dos objectius. En primer lloc no pretén, de cap de les maneres, descriure el gust de «la joventut» com un tot, sinó tot el contrari: investiga les diferències, pel que fa al gust, *entre els propis joves*. I en segon lloc perquè tampoc pretén analitzar les *tribus urbanes*, que només representen una minoria dels joves, sinó indagar en la distribució del gust entre el gruix dels joves, entre els quals hi ha uns quants integrants d'aquests grups (que a la vegada tenen una importància significativa important), però també una immensa majoria de joves *que són normals* —utilitzant l'expressió dels propis joves—, entre els quals hi ha simpatitzants d'unes o altres *tribus* i també nois i noies que les ignoren completament.

La investigació no conté cap explicació causal, sinó que és descriptiva (és, per tant, menys informativa). Ara bé, un cop reconeguda aquesta mancança (segurament massa habitual en sociologia), no ens estarem de remarcar que sí ofereix informació i elements de comprensió prou interessants. L'objectiu principal consisteix en investigar la relació entre el gust dels joves i l'estructura social, però això es fa tenint en compte un munt d'altres qüestions. ¿Què és això de ser jove a Terrassa el 1996? ¿Com es perceben els joves entre ells? ¿Què és ser un *enrotllat*? ¿I un *empollón*? ¿Què vol dir ser un *maquiner*? ¿Quina relació té no només amb l'origen

social, sinó també amb el centre educatiu o amb la llengua? ¿Què vol dir ser *normal*? ¿A qui li desagrada la música màquina? ¿Qui són els *quillos*? ¿Qui són els *pijos*? Totes aquestes preguntes fan referència a qüestions que s'estudien en aquesta recerca, algunes amb anàlisis de caràcter etnogràfic i altres amb eines quantitatives, i sobretot amb la combinació d'ambdues.

El que es pretén, per tant, és fer una descripció de l'escenari de joc dels joves. El treball ajuda a comprendre el seu punt de vista: ¿A què juguen? ¿Quin valor té sortir per la nit? ¿Quin valor té ser *skin* a cada grup social? ¿Quin valor té ser *heavy*? ¿Què significa cadascuna d'aquestes coses? Tota aquesta informació, tant qualitativa com quantiativa (s'han enquestat 364 joves i s'han fet 30 entrevistes en profunditat), ofereix punts de vista que poden resultar prou interessants per a la comprensió de la joventut, comprensió *dels seus punts de vista* però també en relació a la seva *ubicació social* (classe social, centre escolar, llengua, sexe, barri, etc.). Pot ser, per tant, un bon punt de partida per a elaborar models veritablement explicatius.

El treball consisteix en quatre parts. A la primera es fa una indagació bibliogràfica per adquirir instrumental teòric per a l'anàlisi. El seu objectiu principal és «trencar» amb les visions més ingènues del gust i també aïllar punts de discussió teòrica interessants. La segona part, més curta, consisteix en una introducció a l'objecte específic d'aquest estudi sobre el gust, la joventut, les especificitats de la qual cal tenir en compte. A continuació, a la tercera part, s'expliquen el gruix dels resultats de la recerca empírica pròpiament dita (encara que abans ja s'haurà avançat alguna informació). Finalment, a les conclusions es fa un balanç del treball en relació a l'objectiu inicial i a altres qüestions que han sorgit durant la investigació.

També volem fer dues advertències. La primera és que en aquest treball es proposen nocions per orientar l'estudi de la joventut extretes dels propis joves, com ara «*enrotllat*», «*normalet*» o «*empollón*». Aquesta proposta no està en absolut sistematitzada, i es queda, per tant, en això, en una proposta. S'ofereixen elements per a la reflexió i s'obren vies a possibles conceptualitzacions, però no es crea un aparell conceptual sistematitzat tal i com caldria esperar. I la segona advertència és que les transcripcions literals de les entrevistes amb els nois i noies són precisament això, transcripcions literals, amb pràcticament totes les errades sintàctiques, lèxiques i gramaticals de les converses originals. Si hi ha errades lingüístiques, es deixen tal i com estan; si la conversa va ser en castellà, es deixa

tal i com està; si el significat costa d'entendre o és ambigu, es deixa tal i com està. Com a molt es faran anotacions entre claudàtors.

Finalment, volem agrair la col·laboració i la paciència dels alumnes i professors dels centres Investigador Blanxart, Montserrat Roig, Politècnic, Sant Domènech Savio, Tecnos, Torre del Palau i Vedruna. Sense ells aquesta investigació no hauria estat possible.

Barcelona, desembre de 1996

PART I
EL GUST

I — EL GUST

Hi ha «joves» als quals agrada més la música *heavy* que la música màquina. I hi ha joves als qui el rock català els desagrada molt més que l'Enrique Iglesias. A tothom agrada o desagrada més una música que una altra, una forma de vestir que una altra, una forma de parlar que una altra. Tothom té la facultat de formular judicis estètics (judicis que en el cas dels joves sovint són oposats als dels grans: si una música, una forma de vestir o fins i tot de parlar s'assembla mínimament a la dels grans, malament). El judici estètic és, òbviament, individual: és un individu, un noi o una noia, qui pensa, diu o expressa que una cançó és «horrible» o «fantàstica». Aquest serà el punt de partida de l'exposició, la de l'individu que jutja com a bonic o lleig algun objecte o acció.

1. El gust individual

¿D'on surt el gust? ¿És potser una capacitat innata que ens permet discernir allò bell d'allò lleig, allò que ens agrada d'allò que no ens agrada? Si fos completament així, aquells que tenen *bon gust* serien els genèticament més ben dotats per al gust, i aquells amb *mal gust* els menys afortunats en aquest sentit. Per tant algú amb *mal gust* seria algú amb algun «defecte» (amb alguna mancança) respecte la gent amb *bon gust*. Fins i tot es podrien fer tests paral·lels als d'intel·ligència per discernir quina capacitat de judici té cadascú. Aquest, però, seria un enfoc profundament reduccionista i essencialista.

No hi ha cap dubte, sigui com sigui, que els que *sentim*, *pensem* i *diem* que un objecte o una acció «ens agrada», «ens desagrada» o «ens és indiferent» som els individus. Per això és normal que considerem que aquest criteri estètic, aquesta capacitat de jutjar com a bonic o lleig, sigui pròpia de la nostra individualitat, del nostre jo més profund i autèntic, del nostre *jo personal*. Si algú posa en dubte el nostre gust, els nostres judicis estètics, normament no ho percebem com una crítica a una opinió estètica determinada (a la idea) sinó que sentim que ens estan posant en dubte a nosaltres mateixos (a la persona).

EL SENTIT COMÚ

Darrera la discussió d'una disposició estètica concreta s'acostuma a partir d'una idea *pre-suposada*, bàsica i donada per descomptat: tots nosaltres som éssers autònoms amb capacitat de judici, amb capacitat de discernir el que és «bonic» del que és «lleig». Això vol dir que si algú té mal gust, si a algú li agrada una música *que és realment horrible*, vol dir que ell mateix, d'alguna manera, *també és una persona indesitjable*.

Ara bé, això no és sempre així. També sovint tenim molt clar que aquesta idea de l'ésser autònom amb capacitat de judici s'ha de relativitzar. N'hi ha diversos exemples: el més clar és quan algú reconeix que els seu gust ha estat molt influenciat per un *mestre*, que pot ser un germà o germana, un pare, una amiga, un professor, un cantant de rock, etc. En aquests casos, malgrat tot, acostuma a prevaldre la consciència d'haver estat nosaltres els qui, en darrera instància, hem decidit que aquesta imitació era la correcta. També es trenca aquest presupòsit d'autonomia en el judici quan es reconeix que no es té prou «autoritat» per fer un judici determinat i que, per tant, o bé s'apel·la als experts o bé s'evita emetre un judici: «No n'entenc prou com per dir si [el CD, el quadre, el llibre, etc.] és bo o no». Això no fa referència només a una *exposició del Tàpies* visitada per profans, per «no entesos», sinó que també apunta als «no experts» en cada context particular: una pel·lícula, una poesia i una obra de teatre, però també l'organització estètica d'una boda, la decoració d'una casa, la forma de vestir per a un acte social específic, un concert de rock, etc. Aquest reconeixement de la incapacitat de judici implica que es té ben considerat l'àmbit desconegut en qüestió, ja que si algú creu que el rock és una música bàrbara, per molt que *no n'entengui prou* com per jutjar una cançó com a bona o dolenta, des del moment que etiqueta el rock en general com a nefast ja no està demostrant cap manca d'autonomia en el judici.

En aquelles disposicions *importantes* —per la nostra vida quotidiana—, malgrat tot, sí acostumem a tenir un gust ben determinat. La nostra individualitat, a través dels anys, ha anat adoptant una disposició davant el món que, pel fet de ser la nostra, és prou bona i encertada (problemes d'autoestima a part). I el gust depèn de cadascú, és individual: pre-suposa, per tant, o bé una essència genètica o bé la capacitat de desenvolupar-lo autònomament. Aquest presupòsit essencialista —sigui genètic o autònomament construït— l'expressem contínuament amb les nostres paraules, com ho fa aquesta noia adolescent: «La música que t'agrada depèn del gust que... que té la persona». És la persona, l'individu, el jo autèntic i personal,

qui determina el gust. Aquesta és una idea bastant generalitzada, en menor o major grau. Una altra noia a qui agrada la rumba, per exemple, quan se li pregunta si als fills d'immigrants els acostuma a agradar més la rumba que a la resta (la qual cosa corroboren manifestament les estadístiques), diu que «no té res a veure, perquè a mi m'agrada màquina, rumba... tot».

Quan un noi o una noia amb el cap rapat vesteix amb una caçadora *Alpha* i unes botes *Dr. Martens* —estètica pròpia dels *skins* o rapats—, quan un grup d'adolescents comenta amb passió l'últim número del *Super Pop* o el *Nuevo Vale* (revistes orientades a noies dolescents), o quan un altre grup comenta l'últim cap de setmana d'esquí al Pas de la Casa, la resta de joves que assisteixin a aquestes manifestacions no només jutjaran la seva vessant estètica, sinó que per extensió jutjaran l'individu que les exterioritza. Si una noia a qui rebenten els *skinheads* es creua pel carrer amb un d'ells, no només pensarà que no li agrada aquesta estètica i tot el que representa, sinó que a més pensarà que aquell noi o noia que vesteix així és una persona menyspreable, perquè és l'«individu» el responsable del gust, és l'*elecció individual*, l'*essència*, el *jo personal*, la *individualitat de cadascú* la que determina la disposició estètica. Habitualment tendim a creure que, en darrera instància, l'individu *sempre pot escapar de determinacions absurdes* i accedir —si de veritat és un individu com cal— al «bon gust». I si no ho fa vol dir que aquella persona no mereix la nostra estima, sinó més aviat el nostre menyspreu o, com a molt, la nostra compassió. En consonància amb la tradició occidental de pensament, el sentit comú presuposa que cadascú és responsable del seu gust, de la mateixa manera que cadascú és responsable dels seus delictes.

Quan un jove (i qualsevol altre persona, evidentment) diu que li agrada *Enrique Iglesias*, *Oasis* o la música màquina, s'està definint i posicionant com a individu amb criteri estètic, com a ésser «diferent» amb «criteri propi» i unes característiques determinades. Normalment, sobretot en aquelles matèries en les quals el nostre judici és més sòlid i imperturbable, tenim molt clar que el nostre gust és producte de la nostra tria, d'aquest criteri estètic que ens fa ser *autènticament nosaltres* (potser algú ens ha ajudat a crear-lo, però *nosaltres* som els que hem jutjat que aquest *conseller* anava pel bon camí). Creiem que el nostre criteri estètic és producte del nostre *jo personal*, de la nostra «personalitat», aquella que ens dóna identitat, sentit del jo, i que no només ens fa sentir-nos a gust entre la gent amb un gust semblant (és a dir, aquells que personalment han arribat al mateix punt que nosaltres), sinó que també ens diferencia de tota aquella altra gent

amb un gust oposat al nostre, i per tant ens ajuda a saber qui som i (i això és quasi més important), qui no som. Ens permet, en definitiva, tenir una identitat. Ens permet saber que som *skins* i no *heavies*, o que som normals i no *empollons*, o que som *punks* i no *pijos*, etc.

A més, allò «nostre» —perquè no dir-ho?— és allò més proper a la veritat *de veritat*, allò que té més valor. L'«altre», per contrapartida, és normalment aquell que «s'equivoca», aquell que viu en l'error, en la ignorància. Fins i tot quan acceptem que algú té molt bon gust en pintura, per exemple, continuem creient que *globalment* la nostra disposició estètica és millor, sigui perquè és més *autèntica*, perquè és més *real*, perquè és més *sincera*, etc. «Quin mal gust!», diem quan veiem algú que ens desagrada per la seva forma de vestir o per les seves accions «fora de lloc». O diem que «sí que és estranya aquesta gent!» i tot seguit arrufem el nas amb signe de desaprovació. Una noia d'una escola privada, per exemple, quan explica que un grup de noies es maquillen molt més que les del seu grup, acompanya l'explicació amb una cara de fàstic que val més que mil paraules. O el fill de pares immigrants i d'escola pública amb clientela majoritàriament castellana i obrera, que en entrar en contacte amb un grup de catalans d'escola privada no pot més que sorprendre's i repetir un i altre cop que *són molt estranys*: «No me gusta nada la manera de vestir, llevan zapatos nautics, que yo jamás me los he puesto en mi vida... son muy raros (...) No me gustaría ser como ellos».

Quan dues persones amb gustos molt diferents, per exemple en la forma de vestir, coincideixen visualment, sovint es jutgen recíprocament com a persones diferents amb un valor diferent —i per tant es comparen—. I sovint aquesta valoració és negativa: «Quin mal gust que té aquesta persona!». Ara bé, no necessàriament ha de ser així: enlloc de ser pejorativa, per exemple, pot comportar un cert acomplexament, el de qui pensa allò de «Quin bon gust que té aquest! Ja m'agradaria a mi saber —o tenir els diners per— vestir-me així!». És a dir, que hi ha gent que, tot i tenir un gust diferent al nostre, dintre de la diferència reconeixem que no només no és pitjor que nosaltres en el judici estètic, sinó fins i tot millor. I de la mateixa manera hi ha gent que, tot i tenir un gust estètic molt peculiar i estrany, enlloc de produir-nos repulsió ens produeix una certa fascinació: llavors no diem que tenen mal gust sinó un gust «exòtic», o «divertit», o «curiós». En aquests casos la valoració no és negativa.

Aquesta observació admirativa o despectiva de la diferència, a la qual retornarem més endavant, ha canviat amb la modernitat (i per a alguns també amb la

postmodernitat) en relació a l'Edat Mitjana. L'extensió de la democràcia, amb l'extensió de la idea de llibertat de l'esfera política (un home, un vot) a l'esfera social ha comportat el moviment de les antigues jerarquies. Les relacions d'autoritat que caracteritzaven els règims aristocràtics han canviat considerablement (Sennett, 1981) i si abans s'admirava als estaments superiors i els seus integrants, ara se'ls critica i ridiculitza, amb la qual cosa els patrons del bon i el mal gust es trasbalsen i es deteriora la jerarquia consensuada i acceptada per tothom. L'home del poble, escrivia Ortega y Gasset el 1917, acostumava a tenir una sana capacitat admirativa quan, per exemple, s'extasiava en veure passar la carrossa d'una duquesa. Afirmava que si abans l'home del poble se sentia diferent i menor que la classe noble, actualment l'home del poble es menysprea a ell mateix i es destrossa per culpa del ressentiment (Ortega y Gasset, 1966).

El gust, per tant, i rempuent el fil de l'argumentació al voltant de la percepció pròpia del sentit comú, el veiem com a producte de la nostra tria, però no una tria racional, sinó més aviat una tria intuïtiva, molt evident, que surt molt *de dins*. És a dir, del propi cos, de la pròpia individualitat. És un criteri que tenim molt incrustat i que, malgrat que el podem desenvolupar, és inherent a la nostra existència, i per tant sorgeix d'una part molt profunda del nostre ser, del nostre jo. Sovint és difícil explicar-lo, senzillament és així! Nosaltres tenim un gust i acostumem a anar amb persones amb un gust similar, perquè és entre elles, entre la gent amb un gust que de veritat val la pena, amb qui «ens trobem a gust», amb qui «ens sentim com a casa», amb qui el nostre cos encaixa «naturalment». Si anem amb gent molt diferent, tot i que de vegades pot resultar «interessant» o «divertit», també ens pot portar a sentir-nos «fora de lloc» (és allò de «això no està fet per a mi» o «això no és per a nosaltres»). El nostre cos és el que s'insereix bé o malament, el que pateix de l'estòmac quan no encaixa com caldria (un advocat encorbatat en una discoteca plena de motoristes *durs* d'aspecte *amenaçador*, per exemple, o també un obrer en una sopar d'etiqueta), o el que se sent relaxat i confortable quan està amb qui toca i on toca.

EL 'SER DIFERENT'

El «gust personal» ens fa persones diferents a la resta, però a la vegada ens fa ser part d'un tipus de gent amb un tipus de gust (la gent «menys diferent»). Sempre, però, amb el nostre *toc personal*. A començaments de segle Georg Simmel, a part d'analitzar aquest doble moviment d'integració i diferenciació —essència del

fenomen de la «moda»— també escriví un article sobre les ciutats on examinava les característiques de la modernitat. Amb la progressiva modernització, urbanització i segmentació tant de la producció com del consum, cada cop rebem més estímuls del nostre entorn: televisió, ràdio, amics de la feina, relacions laborals, premsa, desconeguts amb qui ens creuem pel carrer, als bars i a tot arreu, notícies que ens envaeixen i que no podem seguir per manca de temps, judicis sobre *la situació actual* de periodistes, intel·lectuals, etc., anuncis que per aconseguir la nostra atenció cada cop són més espectaculars, cotxes, veïns, telefonades, cartes, etc. Amunt i avall, lluitant contra el rellotge per tenir temps per a tot. Aquesta sobreabundància d'estímuls, relacions i contactes és una de les característiques (sempre per a uns més que per a d'altres) de les nostres ciutats, de la modernitat. És per això que Simmel, ja a començaments de segle, advertí de la dificultat de fer valer la pròpia personalitat en la dimensió de la vida urbana (Simmel, 1986, p.258-59).

Hi ha un tipus de lluita individual que Simmel descrivia com a característica de la nostra civilització urbana: davant l'augment de la quantificació s'arriba a un límit, i llavors és quan es recorre a la singularitat qualitativa, a l'estimulació de la diferència que permet accedir a una consciència de cercle social. En altre paraules, es recorre a un pentinat «original», o unes sabates «autèntiques», a una cresta provocativa o a un cap rapat. Aquesta és la forma de constatar i demostrar (als altres i a un mateix) que som «diferents», i això és el que ens permet fer-nos notar i formar part d'un cercle, a ser acceptats i valorats. Això condueix, deia Simmel, a les extravagàncies urbanites del «ser-especial», del caprici, del preciosisme.

Cal tenir clar, malgrat tot, que aquesta extravagància, aquest ser-especial té una forta càrrega grupal, ja que si en darrera instància és l'individu qui marca la diferència final, qui dóna el toc realment diferent, també és cert que si l'objectiu últim d'aquesta diferència és formar part d'un cercle social, això vol dir que és una diferència controlada, una diferència encaminada a formar part d'algun cercle: la cresta del *heavy*, malgrat ser individual, és un ser-diferent dintre d'un *ser-punk*, és un ser-diferent que permetrà ser-igual (sempre amb diferències marginals, això sí), als altres *punks*. Aquest és el doble procés de diferenciació i integració que va associat a la moda: d'una banda ens permet crear-nos el nostre estil, ens individualitza, però d'altra ens ajuda a integrar-nos, a *estar a la moda*.

Il·lustrem aquesta necessitat de ser especial amb un parell d'exemples reals: un noi de primer de BUP fa aquesta explicació de la idea d'*enrotllat* (i *enrotllada*), a la

qual tornarem més endavant: *«Una persona enrollada es una persona original pero que es el mismo (...). Ser original pienso que es tener ideas buenas. Mira, ahora me visto así, y voy destacando, me abuchean y eso, ¿no? Y mañana me la quito, pasa un rato y ya está. Vas sorprendiendo, sorprendo a la gente»*. El «ser especial» és la forma de ser acceptat, almenys aparentment, i és una idea molt estesa. Una noia que està acabant FP, per exemple, explica així com li agrada vestir: *«O sea... es que yo soy un poquillo así... no rara, sino que... yo que sé... que me gustan así... las cosillas... nada común... porque a mi no me gusta lo común... lo que lleva todo el mundo... siempre me gusta salirme un poco más»*.

Aparentment aquesta *extravagància urbanita del «ser especial»*, del caprici, del preciosisme és més accentuada avui dia, sobretot entre la joventut. Aquesta necessitat de *ser especial* fa que ja no n'hi hagi prou amb agafar una estètica pròpia del tipus de persona que s'és, sinó que cal que cadascú *crei la seva pròpia estètica*. Això és el que Mike Featherstone (1991, p.66-72) anomena «esteticització de la vida quotidiana», i que segons ell és producte de tres factors: la idea segons la qual l'art pot ser qualsevol cosa i a qualsevol lloc, el projecte de convertir la vida en una obra d'art i el ràpid flux de signes i imatges que satura la fàbrica de la vida quotidiana a la societat contemporània. Això fa que l'individu es vegi «obligat» a l'elecció entre diverses possibilitats, segurament marginals, però possibilitats al cap i a la fi. Aquesta «obligatorietat» de l'elecció pot ser una font de tensió psicològica considerable.

El que feia Simmel era destacar que el *sentit* no residia en el contingut de les conductes, sinó en la seva forma de *ser-diferents*, de destacar i, per tant, de fer-se notar. Advertia que aquesta era l'única forma per moltes persones d'assolir autoestima i consciència d'ocupar un lloc. Si a més tenim en compte que amb la sobreabundància d'estímuls cada cop és més difícil captar l'atenció dels altres (això és l'extensió de la *indolència*, en paraules de Simmel), llavors és evident que la brevetat i excepcionalitat dels contactes fan que sigui molt temptador donar-se a un mateix accentuat, compacte, de la forma més característica possible, enlloc d'optar per la possibilitat de mostrar-se en tots els detalls i complexitats, la qual cosa requeriria trobar-se assiduament durant un llarg temps per així proporcionar a l'altre una imatge inequívoca de la pròpia personalitat (Simmel, 1986, p.259).

És a dir, que adoptar una estètica *punk*, *heavy* o *skin* pot ser una sortida molt eficaç a la necessitat d'adquirir consciència de cercle social, d'ocupar un lloc i, per tant, de tenir autoestima per un mateix i de tenir clar què s'és. Portar una roba

cridanera i sorprendre els companys de classe amb extravagàncies pot ser una forma de fer-se admirar. Aquesta sortida pot basar-se únicament en un ser-diferent, en un destacar-se dels demés, en un ser-especial que intenta mostrar-se compacte i accentuat, i per tant caracteritzat: un tipus de roba, un tipus de música i un tipus de conducta, i ja està, ja tenim un personatge *interessant*, perquè és diferent. Així, amb quatre coses ja podríem començar a sentir-nos bé, amb la qual cosa ens evitem haver de presentar davant dels altres aquells aspectes que, per la repetició i assiduitat de l'exposició al llarg del temps, permetrien als altres formar-se una imatge «completa» i «detallada» de la personalitat. Evitar això és molt pragmàtic perquè, en aquestes ciutats plenes d'estímuls que van i venen a tota velocitat, si per poder pertànyer a un cercle social hem d'esperar que ens puguin fer cas i ens coneguin profundament, les dificultats implícites són evidents. Aquest oferir-se concentrat i compacte facilita les coses.

La importància d'aquesta voluntat de *diferenciació* no implica, val a dir-ho, la seva omnipresència. No tots els joves, ni molt menys, pretenen o volen ser diferents. Malgrat que tothom té la consciència de ser una persona diferent (amb un *ara* i un *aquí* específics), alguns necessiten ser i mostrar-se diferents a qualsevol preu mentre que altres més que destacar volen semblar «normals» i passar desapercebuts.

LA PRESENTACIÓ DE LA PERSONA A LA VIDA QUOTIDIANA

Fins ara hem acceptat una concepció basada en l'individu que es construeix un gust —diferent o normal, això no és rellevant—. Aquest gust ajuda a tenir consciència d'un mateix, a saber què agrada i què no agrada, qui és molt diferent i qui és semblant. Aquest punt de vista a partir de l'individu que jutja i que o bé construeix o bé té un gust propi implica una visió de la identitat que a *El Yo Saturado* (1992) Kenneth J. Gergen qualificaria com a «romàntica» —tenim una essència, una força vital personal que ens fa ser d'una manera o d'una altra, tenir un gust o un altre— o «moderna» —un ésser que es construeix racionalment una opinió consistent i responsable. Per Gergen ambdues nocions de la identitat, fonamentades en la idea de *jo personal* i *autèntic*, són —com qualsevol altra— dues construccions històriques que impregnen el nostre vocabulari i la nostra representació del món.

A *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1981), Erving Goffman desenvolupa extensament aquesta darrera idea de la identitat que Gergen definiria com a «moderna» quan estudia la dimensió estratègica de la presentació de la

persona davant dels altres. Goffman argumenta que l'individu, en tenir una gran necessitat de ser, si no admirat, almenys acceptat pels demés, necessita i s'esforça per *causar bona impressió*. I és que —i com ja deia Simmel a la seva manera—, el subjecte ha de presentar-se com a socialment atractiu en el «mercat» o el «camp de joc» de les relacions personals. El que fa Goffman és, des d'un punt de vista individualista, destacar la vessant interdependent de la pròpia identitat, o el que és el mateix, la importància dels altres en la seva conformació a través de la interacció diària i quotidiana.

El moment de manifestar el nostre gust (referit a roba, música, accions, objectes, etc.) seria, des d'aquest punt de vista, no un simple «això m'agrada» en el qual «m'és igual el que diguin els altres, el que importa és que a mi m'agradi perquè el que és important és el meu gust autèntic, essencial», sinó que més aviat s'assemblaria a una càlcul estratègic no només sobre com crec que sóc i com m'agradaria ser, sinó sobre com crec que em veuen els demés i com podria causar-los bona impressió. Si jo acostumo a vestir amb xandall i estic a casa vestint-me per anar a l'Institut, potser pensaré que si em posés texans i sabates els altres em veurien «més interessant», amb la qual cosa guanyaria acceptació (el meu valor pujaria), tant per part d'aquella noia que tant m'agrada com per part dels meus propis amics o d'aquells dos companys de classe amb els quals m'agradaria anar algun dia al cinema. O potser pensaré que si em poso aquella samarreta que tant m'agrada però que tanta gràcia fa a aquells dos companys estaré sotmès a les seves bromes durant tot el dia, amb la qual cosa sé que el que menys em convé és vestir-me així. Una noia entrevistada explicava que hi havia un noi de la seva classe que a 8è d'EGB encara vestia sovint amb xandall, mentre que la resta de la classe ja havia deixat de fer-ho feia temps. Com que quedava malament, els companys van fer pressió: «Li vem dir: "Posa't texans!"», i així es va acabar el «problema». A aquest noi potser li agradava anar amb xandall, però si volia causar bona impressió als seus companys havia de posar-se uns texans. I així ho va fer. I ara, després de tres anys anant amb texans a l'escola, segurament ja ni li agradaria anar a classe amb xandall, amb la qual cosa el seu *nou gust personal pels texans* no és una qüestió d'essència individual, de judici estètic particular, sinó el producte de l'adaptació al gust definit com a *correcte* pel grup al qual vol causar bona impressió. Aquest és un cas claríssim del mecanisme a què estem sotmesos contínuament i del qual sovint no en som conscients.

També és possible invertir l'argument: si bé és cert que quan un individu arriba a

la presència d'un altre o altres, un dels seus objectius més importants és, segons Goffman, intentar causar —a aquests «altres significants»— una bona impressió, també ho és que quan se'ns presenta algú al davant també intentem per tots els mitjans obtenir informació per fer-nos-en una idea, una impressió. Des del primer moment que interactuem amb una persona estem construint-nos-en una imatge a partir del que ens deixa veure i entreveure: segons com vesteix, l'accent que té, la mirada, les reaccions, etc., anirem deduint si és català o castellà, potser si és o no de bona família, si és divertit o més aviat avorridot, si és tímid o no, si és nerviós o tranquil, si és de fiar o un penques, si té un gust musical similar al meu o en té un d'horrible, etc. I és que com que la realitat que interessa d'un individu no és directament accessible cal confiar en les aparences, i com diu Goffman, paradoxalment, com més s'interessa l'individu per la realitat que no és accessible a la percepció, més s'haurà de concentrar en les aparences (Goffman, 1981, p.265-66).

Cada actor, en la seva «presentació» davant dels altres, projecta la imatge d'ell mateix així com la «definició de la situació» que creu que els altres acceptaran. Per exemple, quan conec a nous amics i amigues vaig deixant anar de mica en mica els grups de música que m'agraden (en els quals puc haver-hi invertit bastant temps, bé aprenent-me les cançons, bé buscant-los i trobant-los perquè no són massa coneguts), i així vaig construint una imatge de mi mateix com a «noi entès en música, amb un criteri molt consistent producte del coneixement i el bon gust». Així és com jo estic intentant definir la situació. Ara bé, potser resulta que aquests amics o amigues amb els quals tinc ganes d'establir una bona relació —vull ser acceptat en el seu grup— tenen un gust musical totalment oposat al meu i a més molt sòlid, molt consistentment defensat i arrelat, que forma part de la seva forma de ser. Aquells grups als quals jo criticava són els que ells veneren. Si passa això, la meua definició de la situació estarà posada en entredit. Davant aquest conflicte podem no donar-li cap importància, però si per ells la música no és només música, sinó quelcom molt definitori i definitiu, o bé marxo i renuncio a fer-me amic seu (ja que em veuen com algú molt diferent amb un gust horrible), o bé «negocio» i començo a dir coses com «sí, de fet aquests grups tenen moltes coses que estan bé», «sí, en el fons a mi no em desagraden, i feia temps que tenia ganes d'escollar-los bé perquè mai ho he fet més de vint segons. Em podríeu gravar una cinta?», amb la qual cosa la definició de la situació està canviant: ja no són dos gustos necessàriament en conflicte sinó que jo m'he convertit en una persona interessada

en el gust de l'altre, amb la qual cosa la meua possibilitat de ser acceptat i, a més, de no arriscar massa amb els meus judicis, de mantenir una situació relaxada i no de conflicte, augmenten.

El mateix passa a la sortida d'un cinema: «Què t'ha semblat la pel·lícula?», diu un. Llavors l'altre contesta molt genèricament, en una o altra direcció: «Està bé, m'ho he passat bé, no?». S'està començant a definir la situació en un sentit positiu, però procurant mantenir una neutralitat que permeti rectificar. Llavors el primer diu: «Té ritme però he trobat que el guió és fatal, totalment buit i a més estereotipat», amb la qual cosa està invertint el sentit de la definició de la situació. Davant el conflicte, el primer pot optar per entrar en discussió o, com passa molt sovint, per negociar i evitar el conflicte: «Bé, sí, això sí. És que és això, és una pel·lícula amb ritme, ben feta, però d'aquestes típiques, que t'ho passes bé però que no t'aporta res de res.» Aquest és el joc que Woody Allen va il·lustrar a *Manhattan* quan en una conversa terrible la seva interlocutora, a qui acaba de conèixer, li tira pel terra tots els judicis estètics —que a més són molt prudents— que ell fa sobre les diferents obres artístiques del museu. El resultat: ell marxa indignat.

En aquestes negociacions per la definició de la situació entren en joc molts factors, des de l'autoritat dels diferents interlocutors en la matèria en qüestió (és bastant habitual que si algú és crític de cine o director tingui molt més poder a l'hora de definir la situació) fins a la seva autoritat o carisme globals (a Argentina, per exemple, cada cop que passa alguna cosa, sigui de política, d'esports o de successos, hi ha una entrevista al *pelusa* Maradona perquè doni un judici), des del grau de confiança existent fins a l'estat d'humor dels interlocutors, etc.

El resultat d'aquest punt de vista és que la interacció no és estàtica i rígidament estructurada i pautada, sinó que és voluble, canviant, és producte del dia a dia. Les definicions de la situació, per tant, són el producte de la interacció entre els individus, de la negociació, on les relacions d'autoritat juguen un paper primordial. I tampoc són definicions sistemàtiques, sinó sovint sobreenteses, difuses, poc clares i en molts casos no totalment compartides (és a dir, que hi ha malentesos).

La vida com a teatre

Goffman presenta la seva teoria amb una analogia amb el teatre, on hi ha escenari, actors, públic i vestidors. En aquesta analogia el gust, la disposició estètica seria una important forma de presentar-se davant els altres, de causar bona o mala impressió. Quan estem fent de fills rebels davant els pares estem fent un

paper en un escenari (on el públic no està separat i és passiu sinó que està dintre l'escenari i també participa). Estem representat i construint una imatge, un personatge. Quan anem amb el grup d'amics o a l'equip de futbol on juguem, però, segurament representarem un altre paper, un altre personatge (potser més bona persona, o més parlador, o més agut, o amb una forma de parlar diferent, o més...). En tots aquests papers també hi ha moments de relaxació, també hi ha vestidors on queda clar que el personatge és una mentida. Per exemple, a l'escola, quan els tres alumnes que fa un moment tractaven respectuosament al professor i després en un racó fan bromes cruels i despiatades sobre ell, o quan els cambrers passen la porta de la cuina i comencen a despotricar dels clients de la taula número 5. Com que ara ja no estan representant el paper d'alumnes aplicats o de cambrers servicials, com que ja no estan a l'escenari sinó als vestidors, deixen de banda el personatge representat. O quan les tres noies o els tres nois comenten al lavabo d'un bar com està funcionant la representació amb la qual pretenen seduir als nois o noies desitjats aquella nit.

Cada paper té un vestuari, una forma de caminar, una forma de parlar, etc. Encara que també és cert que cada actor dóna el seu *toc personal* a tots els papers que representa. Si vaig a l'Institut em poso les bambes, uns texans, una samarreta, faig broma i parlo amb les paraules pròpies dels joves i així causo bona impressió, però si vaig a un casament em poso americana, corbata i el que fagi falta, parlo fluixet i amb paraules respectuoses i saludo formalment als familiars, perquè sinó causaré mala impressió. Segons el paper que toqui representar a cada moment, la distressa ha de canviar, i la forma de comportar-se i jutjar estèticament també: amb els meus amics puc dir que aquell *punk* porta una cresta fantàstica, però davant els meus pares potser no; amb els meus amics puc dir que aquella noia té uns pits impressionants, però davant les meves amigues potser no. El paper és diferent i per tant el gust també ho és, encara que estem convençuts (i no volem dir amb això que sigui mentida) que tenim, darrera els papers, un gust «autèntic» i vertader (és a dir, que com l'actor, tenim un personatge real —un actor— darrera els personatges representats —els papers—).

Aquesta presentació de la persona a la vida quotidiana, com explica Goffman, té una important dimensió moral associada. L'individu tendeix a tractar els altres a partir de la impressió que —en el present— es fa sobre el seu passat i el seu futur. Aquestes impressions que ens causen els altres tendeixen a considerar-se reclams i promeses fetes implícitament («jo sóc *okupa*, i per tant fidel a una forma de ser, a

uns codis, a una concepció de la vida» o «jo sóc un estudiós, m'importa estudiar i vull arribar a ser alguna cosa important»), i els reclams i promeses acostumen a tenir un caràcter moral: esperem que es compleixin (Goffman, 1981, p.266). Si, per exemple, aquest amic em dona la impressió de ser un *okupa* autèntic i jo també me'n faig, i deixo casa meua i deixo la vida conservadora i esdevinc un *anti-sistema*, en cas que aquest amic deixi de ser *okupa* al cap de tres dies o en cas que ni tan sols ho fos quan m'ho va dir, sinó que tot plegat era una broma, jo em sentiré traït. Amb això, malgrat tot, Goffman no afirma que els individus estiguem inevitablement preocupats pel problema moral de complir amb les normes, sinó senzillament que estem preocupats pel problema amoral de construir una impressió convincent de que estem complint les normes. (Goffman, 1981, p.267).

En el jove aquesta impressió del passat i del futur tenen un caire molt diferent a la que és pròpia dels adults. Els joves no tenen feina, ni fills, ni un pis propi. No tenen una trajectòria biogràfica gaire específica, sinó que com a mínim fins als 16 anys (segons la llei) estan tots estudiant, raó per la qual com a màxim es poden diferenciar per haver repetit més o menys cursos, per tenir una fama d'*empollón*, o per estudiar BUP o FP (ara, amb l'ESO, ja no) en un centre privat o públic. El futur a curt termini és incert i potencialment enorme, encara ha de ser escrit, i el passat també és bastant indefinit i amorf (no importa gaire). El que importa, per tant, és el present per ell mateix. I com que no hi ha característiques pròpies com la feina, la pròpia família (cònjuge i fills) o la trajectòria, que tinguin gran valor, aleshores el gust, la disposició estètica, esdevé un element molt més present i valuós que no ho és per als adults.

Els mitjans de comunicació de masses, per la seva banda, juguen un paper important en aquesta interacció estratègica dels joves, ja que són un instrument estètic molt important, sense el qual els joves serien molt diferents. Grups, músiques, formes de vestir, tribus urbanes, etc., són el que són a través de la televisió, la ràdio, les discogràfiques, etc., que lluiten per estendre unes definicions de la situació que els individus acceptaran, rebutjaran o modificaran en una apropiació selectiva. Si bé és cert que els mitjans no imposen les seves definicions, ja que cada grup de joves rep i utilitza el contingut dels mitjans a la seva manera, sí que ho és que tenen un poder importantíssim en el procés de definició. Tant pel que fa a l'establiment de l'agenda (quins grups sonen, quines formes estètiques surten més i quines menys, etc.) com al contingut.

És paradoxal el contrast entre aquesta analogia amb el teatre, on la idea de *rol*

(de *paper*) juga un paper central, i el vocabulari que utilitzem habitualment fonamentat en la noció del jo personal i autèntic. La perspectiva de Goffman representa, per a molts, una autèntica ruptura de la concepció d'un mateix: és com posar en dubte la pròpia autenticitat i introduir elements de manipulació estratègica en l'essència individual.

'ENROTLATS' I 'PRINGATS'¹

Pràcticament tothom accepta que l'adolescència és una edat difícil. Quan un nen o una nena deixa la infància i comença a esdevenir un o una *jove* es produeix el que als anys 60 Erik H. Erikson (1980) anomenà «crisi d'identitat». «Crisi» entesa com a punt d'inflexió necessari —i per tant ni molt menys necessàriament patològic—, com a moment crucial en el qual el desenvolupament ha de prendre una o altra direcció. I «identitat» entesa com a sentiment subjectiu sobre un vigoritzant sentiment de *continuïtat* i de ser *un mateix* (Erikson, 1980, p.14). En aquest món tan complicat dels adolescents els amics i companys (el «grup d'iguals») són fonamentals, són els que tenen més capacitat de *donar sentit*, la qual cosa fa que un dels objectius (conscient o inconscient) de tot adolescent sigui «triomfar» entre ells, és a dir, tenir un valor per als altres, ser acceptat, tenir un prestigi, ocupar *una bona posició*: tenir els tipus d'amics que un vol. Malauradament, això no sempre és possible.

Un cop es deixa enrera la infància el món canvia, i per tant es perd també la seguretat de la posició que s'hi ocupava. Davant d'aquesta ineludible realitat, el *jove* pateix una crisi d'identitat, una necessitat de reubicar-se, d'adaptar-se als canvis del seu entorn —i també del seu cos. Aquest nou entorn està definit pel conjunt de la societat, del món «extern», i especialment pels propis *joves*, pels companys, i per aquesta raó si pretenem comprendre aquella noia o aquell noi que busca un lloc, que busca saber qui és, cal saber quina és aquesta realitat que els mateixos *joves* defineixen. Els que «triomfen» —els que troben un lloc ben definit que els reporta satisfacció suficient— en aquest submón dels *joves* no són, com en el dels grans, els que tenen, per exemple, una «bona» família, una «bona» casa, una «bona» feina i una «bona» nòmina. I el que té problemes per *trobar-se a ell mateix* (com diuen a les pel·lícules) no és el que s'ha separat de la dona, el que ha perdut la feina o el que no és allò que esperava ser. Totes aquestes coses, per als

¹ Aquestes són dues paraules de l'argot dels *joves* que s'expliquen a continuació.

joves, encara queden lluny. El seu món, immediat i vital, és el dia a dia, és l'amistat, la diversió, la vitalitat espontànea, la lluita contra la responsabilitat i els convencionalismes. És, en definitiva, tot allò de què ens parlen els anuncis de la televisió i que al gruix de la població *dels grans* tant agradaria poder tornar a ser. I per obtenir una prestígi en aquesta micro-societat juvenil el que cal és ser precisament això: jove, vital, actiu, obert i sociable.

Però no podem quedar-nos amb aquesta idea vaga, sense cos, etèrea, generalitzant i reduccionista. Si de veritat volem comprendre els joves i el seu món cal que fem un esforç empàtic i intentem posar-nos al seu lloc. Hi ha una idea dels propis joves que ens pot ajudar a assolir aquesta empatia: la de l'*enrotllat*. És una idea que els adults o bé desconeixen o bé, quan la coneixen, acostumen a menysprear. I aquest és el gran error, perquè per a un jove és determinant, tant si ho és com si no ho és, tant si ho vol ser com si no li importa gens, perquè fa referència a una «realitat que existeix», que marca divisions, frustracions, enveges i menyspreus, en un sentit i en l'altre. Sigui quin sigui el total de *capital d'enrotllat* d'un jove determinat i el valor subjectiu que li atribueixi a aquest capital, del seu valor dependrà en gran mesura la relació que tindrà amb els companys i el seu encaix en la micro-societat que conformen.

Podria ser que una de les traves que fan que *els grans* trobin dificultats per arribar a comprendre els adolescents derivi del fet de no prendre's seriosament aquesta idea. El primer pas per a l'empatia amb el seu món és identificar els seus «interessos»: allò que importa i allò que és secundari. Parlar a un adolescent de la importància dels estudis sense haver entès abans la importància que per ell pot tenir el fet de ser un *enrotllat* o un *pringat* pot arribar a ser el mateix que parlar amb una paret. Pot estar bé això de pensar en el futur, però des del punt de vista de la majoria d'ells, «tampoc cal passar-se». Això és així fins al punt que els que *es passen* poden ser percebuts molt negativament (i per tant tenir problemes de relació): «*Se las dan de listos, porque estudian mucho y tampoco es eso... hay un momento pa' estudiar y otro momento pa' divertirse... si no disfrutas ahora no vas a disfrutar nunca*».

Partint, per per tant, de l'obvietat que aquesta idea no esgota el *sentit de ser jove* ni de bon tros, i que és una idea vaga, canviant i diversa segons l'individu, el grup i la ubicació social d'un i altre, del que no hi ha dubte és que és una idea

considerablement «objectivada», que existeix externament a l'individu², independentment d'ell, i que per tant mereix la nostra atenció. Per això pot ser útil trencar amb la terminologia sociològica habitual i que, enlloc de parlar de «grup d'iguals», de «socialització secundària» o d'«identificació», anem a escoltar què diuen els propis joves, a definir el concepte *des del seu punt de vista*, vital, real, ineludible i «evident per ell mateix», és a dir, gairabé «donat per descomptat». Això implica que estarem sotmesos a racionalitzacions, auto-justificacions i altres problemes, però a la vegada ens ajudarà a evitar veure només el que volen veure els nostres ulls.

¿Què és, per tant, això de ser o no un *enrotllat*? Hi ha infinitat de pel·lícules ubicades a escoles secundàries i a universitats nord-americanes, aparentment infumables i ridícules, que ens poden ajudar a orientar la reflexió. Recordem l'esquema clàssic: el jugador de futbol americà, alt, ros, atractiu i fort, d'una banda, i el bon estudiant amb ulleres, esquifit, tímid i introvertit, de l'altra. I com a alicient les noies guapes que van amb el jugador de futbol, normalment tontetes (la que no és tant tonteta és la que, o bé acabarà anant amb l'esquifit d'ulleres, o bé, com a mínim, trencarà amb el jugador de futbol i per tant posarà en dubte la seva reputació). Aquest és l'esquema bàsic, amb variants diverses: poden entrar en joc noies no tant guapes, potser alguna estudianta i esquifida; pot passar que el noi estudiós i esquifit a vegades no sigui tal, sinó atractiu i bona persona —en el cas de *Karate Kid* atractiu però també esquifit, cosa que a la pel·lícula se soluciona amb unes quantes classes de *karate*—; etc.

Això, òbviament, no és sempre així, tant caricaturesc, i encara menys als instituts de Terrassa on, per començar, els equips de futbol americà encara no tenen la mateixa importància que a les *High Schools* nord-americanes. Però la idea de ser més o menys popular, de tenir un «valor social» (que la gent vulgui o no vulgui anar amb tu) sí que té part de veritat. A les entrevistes aquesta idea de valor social apareix lligada a diferents característiques, com per exemple, sortir i relacionar-se amb els altres, ser físicament atractiu o ser gracioset i *passar-se*³ amb els altres.

² Encara que no hi ha una definició universalment compartida, i que tant d'individu a individu com de grup a grup pot canviar molt, sí és cert que hi ha *alguna* *acepció més o menys compartida* i que, per tant, qualsevol jove sap de què estàs parlant quan li preguntes si a la seva classe hi ha uns que són més enrotllats que altres (encara que cadascú tindrà una definició parcialment diferent i, sobretot, un posicionament personal molt divers).

³ Tant «passar-se» amb algú com «posar-se» amb ell vol dir molestar-lo, principalment a base de bromes ofensives i burlates. Malgrat són acepcions pròpies de la llengua parlada, i especialment de la dels joves, les utilitzarem fins i tot en el nostre text, encara que sempre en cursiva.

Veiem-ne alguns exemples: «Home, si no surts i no et relaciones amb els altres no ets gaire... no et buscaran, no ets una persona que els altres buscaran per sortir amb tu, no?»; «la gent els ha fet més cas perquè tenen millor físic»; «van fent graciets, es van posant amb la gent (...). Són dels que atreuen més gent (...). Aquests també són els que atreuen més les noies».

Aquests exemples fan referència a sortir, a relacionar-se, al físic, a *posar-se amb la gent*. ¿És això ser més o menys *enrotllat*? ¿Ser popular és el mateix que ser *enrotllat*? Aquí sí que entrem ja en terreny pantanós, perquè aquí no hi ha res escrit i, per tant, hi ha tantes definicions com individus. Algunes generalitzacions, malgrat tot, sí que es poden fer. Segons diuen alguns dels propis adolescents ser o no *enrotllat* depèn de la capacitat de comunicar-te, de ser divertit, de tenir *bon rotllo*. «Depèn de la persona». Si depèn de la persona, per tant, vol dir que tornem a l'individu, a la individualitat, a l'essència, a aquell individu amb un «caràcter» que li permet ser valorat o menyspreat pels que l'envolten. *Graciós de veritat, patètic aspirant a graciós* o, senzillament, *avorrit* o *tímid* són, per molts d'ells, «essències» contra les quals no es pot lluitar i que determinen la posició de cadascú en aquesta jerarquia —d'altra banda difusa i en redefinició constant— entre els *enrotllats* i els no *enrotllats*. Un noi, aparentment *enrotllat*, de 15 anys, explica que *enrotllat* es neix, no es fa: «Yo creo que una persona enrollada lo es de por sí, no se va haciendo enrollada. Ya ha nacido enrollada. Ya ha nacido enrollada y lo será siempre. (...) Es la forma de ser, el carácter que tiene cada uno».

Alguns, però, creuen que això no és ben bé així, sinó que ser *enrotllat* és el producte d'un procés que en qualsevol moment es pot invertir: «[Bàsicament és una qüestió de ser o no ser tallat], tot i que sempre pot canviar, la classe pot canviar. La dinàmica pot canviar i et pot fer que siguis més obert o no tan obert». Aquest mateix noi, quan se li pregunta si l'aspecte físic és important per esdevenir un *enrotllat*, respon així: «Si, els més *enrotllats* els ha sortit, en part, perquè la gent els ha fet més cas perquè tenen millor físic. Però a la vegada al ser més *enrotllat* potser fa que la gent es pensi que estiguin millor».

'Enrotllats', 'empollons', 'jefecillos', 'xulillos' i altres

La idea d'*enrotllat*, per tant, no és una idea fixa, immutable i compartida per tots els joves, sinó que és una idea variable, que cadascú percep i considera des del seu punt de vista i que pot canviar amb el temps. Els joves entrevistats acostumen a definir l'*enrotllat* com aquella persona oberta, divertida, simpàtica, que es relaciona

amb facilitat amb els altres i en la qual pots confiar. Un noi de 15 anys, segons ell *enrotllat*, ho explica així: «Mira, los más abiertos, que todo el mundo es amigo suyo, confía en la gente, la gente confía en él, y eso. Y entonces un grupo de gente enrollado sería eso, un grupo que les cae bien a todo el mundo, que son simpáticos, que no se meten con nadie». Un altre presumpte *enrotllat* de 15 anys d'una altra escola fa una descripció similar: «El carácter, el carácter que tiene. Se enrolla, sabe la gente que... yo soy uno de ellos, porque tal, te enrollas con la gente, sabes llevar amistad y... te conocen, y te ven, sabes... cuando tienes que hacer una tontería para que haga gracia (...), no como otros, que la hacen to' el rato, y no tienen gracia, y al final se cabrea el profe. Y hay gente que sabe, y se lo monta bien». I encara un altre exemple d'aquesta definició, que per cert és es repeteix més entre els 30 nois i noies entrevistats: «Una persona enrollada es aquella que sabe hacerse con la gente y que se lleva bien con todo el mundo, ser simpático, estar de cachondeo cuando toca estar de cachondeo y estar serio cuando toca estar serio (...). Son la típica gente los cuales todo el mundo cuenta para lo que sea, si tienes problemas pues vas...».

Per altres no és tant el fet de ser simpàtic o divertit sinó el simple fet de sortir, de fer coses amb els amics, de no quedar-se a casa tancat. És a dir, de tenir ganes de divertir-se. Un noi de 17 anys diu que els més *enrotllats* «surten més, estan més així amunt i avall (...). I em sembla que estudien menys, perquè per estar així amunt i avall». Una noia d'una altra escola reafirma aquesta visió: «Normalment es té per més *enrotllat* aquella persona que surt, no?». Hi ha, per tant, dos tipus de personalitat radicalment oposades a la de l'*enrotllat*. D'una banda, la d'aquella persona que no és simpàtica, amb la qual no pots confiar —hi aprofundirem més endavant—, i d'una altra, la d'aquella persona tímida, que no surt, que no es relaciona amb els altres. Sempre tenint en compte, per descomptat, que en tot el que poguem dir sobre els *enrotllats* hi ha espai per a l'excepció personal: «Luego puede ser que haya gente que está más quieta, que les cuesta más, que también puede ser enrollada pero son muy tímidos, que no lo demuestran, tienes que ir tú a hablar con él».

Aquesta persona tímida, que no es relaciona amb els altres, s'acostuma a associar (com a les pel·lícules d'universitats nord-americanes, amb l'*empollón*). Un estudiant de FP de 15 anys explica què entén ell per *enrotllat*, amb la qual cosa introdueix una noció lleugerament diferent a les dues anteriors (encara que lligada a la de sortir i ser actiu): «Una persona enrollada es la que está todo el día hablando, (...)

el follonero de la clase, está todo el día hablando, aunque los profesores le llamen la atención, el va a su bola». Aquest assegura que algú que estudia molt no pot ser enrotllat: «No, porque casi todos esos que son empollones son de esos tontos que se quedan en casa». Un altre noi de 16 anys assegura que els enrotllats «son aquellos que son simpáticos y abiertos (...), y en cierta medida sí que sería lo contrario a los empollones y los pelotas». Un noi enrotllat de 15 anys i vestit amb roba d'*skin* (encara que diu que no ho és pas), explica que quasi tothom surt, menys la gent «que está mucho por los estudios, que se le dice que está empanao».

Aquests punts de vista són, probablement, dels nois i noies que segueixen el model de comportament enrotllat, però és d'esperar que hi hagi altres persones que contradiguin aquesta definició. Una noia de 20 anys, per exemple, no veu la contradicció entre sortir i ser empollón: «No, salir de noche no tiene nada que ver con ser un empollón, porque hay gente que estudia y es empollón... y luego sale por la noche». Una companya seva, de 19 anys, que explica que «todo el mundo sale. Bueno, habrá el típico que preferirá estudiar antes que salir», reconeix que alguna gent té mal considerats als empollons per això, però que la majoria els respecten: «No se le desprecia, lo que pasa es que el no es así, de salir. (...) Que haga lo que quiera. Pero podría divertirse un poco».

¿Què és ser empollón exactament? ¿Treure bones notes o estudiar molt? ¿A treure bones notes vol dir no ser enrotllat? Una noia de disset anys creu «que ser más o menos enrollado no tiene nada que ver con las notas». Un noi de 17 anys explica com és la situació de les empollones a la seva classe: «Sí, les empollones estan mal vistes, perquè treuen bones notes i [riu una mica]... se les considera... se les té mal considerades (...), perquè al estudiar bastant treuen bones notes i com que no estan per les demás coses, les tonteries que fan els altres, o per anar aquí o allà... Elles es dediquen a això i ben fet que fan, no? Després vas a la selectivitat i veus les notes i et dones compte allà...». Una noia de 18 anys també insisteix en aquesta oposició: «Els que més... que més surten... serien... generalment, eh? No és que sempre sigui així, serien no sé, els que treuen més males notes. I la gent... els introvertits que no surten gaire serien els típics empollons, no?, que es diuen.».

Encara que sovint el símptoma són les notes, el que de veritat caracteritza l'empollón sembla ser, bàsicament, el caràcter introvertit i el fet d'estudiar molt, per això hi ha les excepcions d'enrotllats amb bones notes: «Hombre, los empollones van más por libre que los demás, estudian más y salen menos. Aunque depende también de la persona, yo conozco a una chavala que saca todo excelente y es amiga mía,

una tía muy maja y enrollada, divertida y simpática». Un noi que sempre ha tret bones notes i que es percep a ell mateix com un *enrotllat*, explica com això és possible, i a la vegada ens fa veure com aquell que treu bones notes, per ser un *enrotllat*, gairabé s'ha de justificar per les bones notes: «Yo creo que sacar buenas notas no tiene nada que ver con ser un enrollado o no, pero siempre que he visto un empollón ha sido mucho más cerrado que un chico normal y corriente. Empollón es el que estudia mucho, es el hecho de estudiar. Yo siempre sacaba buenas notas, en el colegio público, aquí no tanto, porque explicaban los profesores y se me quedaba, me acordaba, y sacaba buenas notas, no me costaba nada, Y me llamaban empollón y me cabreaba, les decía "es que no estudio". (...) Sí... porque claro, se ve como enchufado, como el pelotilla del maestro. (...) Porque por el hecho de sacar buenas notas, si ves que no estudias y eso... porque me preguntaban los amigos y me lo sabía, me hacía una mirada rápida y ya está. A mi nunca me han marginado, pero a la gente más empollona sí, siempre». Un altre noi de 17 anys explica com hi ha gent que sense estudiar treu bones notes i diu que se'l considera «com si fos un heroi: sense estudiar i encara treu bones notes».

Veiem ara un altre factor que juga un paper important en la definició, i que ja hem esmentat abans: el ser *mala persona*. Si bé molts descriuen l'*enrotllat* com aquell que és bona persona, obert, simpàtic i de confiança (serien dels «bons» a les pel·lícules nord-americanes de les quals parlàvem), altres parlen d'una jerarquia diferent, la del *chulillo* o *jefecillo* que imposa la seva autoritat i que té una sèrie de seguidors que el segueixen i respecten (serien dels «dolents» a les mateixes pel·lícules). Aquesta autoritat no li ve donada per la seducció amable, com a l'*enrotllat* definit anteriorment, sinó per la força, per l'agressivitat, física o verbal. Se li pregunta a un noi pels *enrotllats* de la seva classe i respon així: «Sí, hi ha els que van de graciosos... que els coneix tothom, van fent graciets, es van posant amb la gent. (...) Per molta gent sí, els consideren així. Com que van picant la gent diuen: "Mira, sóc amic teu", perquè no li fagin amb ells, no? Perquè no es *fiquin* amb ells. Són dels que atreuen més gent (...). Aquests també són els que atreuen més les noies. Es veu que a les noies els agrada això, els tios durs, que vagin de xulo». Una noia que no és ni *empollona* ni molt marxosa explica com veuen la noció d'*enrotllat* en el seu grup d'amics: «La verdad es que yo no la utilizo mucho, y la gente con la que voy tampoco. A mi, esa forma de hablar me suena a mala gente, a gente un poco gamberra, eso lo dicen los maquineros y gente así, un poco pasotas. Desde luego yo nunca hablo así. (...) En esos ambientes será la gente que comparte

su mismo rollo». És a dir, que es neguen a acceptar la categoria però, tot i així, en coneixen perfectament l'existència.

Els que mantenen l'altre versió de l'enrotllat (la dels «bons»), òbviament, desacrediten aquest tipus de persones fins al punt de negar-los l'etiqueta d'enrotllat, encara que tot i així són molt conscients que hi ha molta gent que la manté. Una estudiant de FP de 20 anys explica que a la classe *«siempre ha habido el típico que... que va de chulillo ¿no? Pero ahora ya no. (...) Yo personalmente no les respeto. Me da rabia...¿Porqué me tiene que ir mandando?»*. Més amunt ja hem vist com un noi de 15 anys definia l'enrotllat com aquell que, entre altres coses, *«no se mete con nadie*». Una noia de 18 anys, d'un centre de FP, quan se li pregunta sobre si un enrotllat és un líder, explica que *«hombre, gente líder hay más cuando empiezas el cole, el típico repetidor que va de listo y que todo el mundo le respeta... porque hace cosas fuera de lo normal que tú no harías (...) pero ahora de líderes pocos, conforme te vas haciendo mayor yo creo que la gente tiene cada vez más las ideas muy claras de lo que quiere y de lo que tiene que ser. No creo que se tenga como líder a un compañero. Los líderes eran gente repetidora, que cuando iba a primero ya fumaba, que se levantaba y le contestaba al profe, que hacía campanas constantemente... para íí al principio es un líder pero luego piensas que es un fracasado... no un fracasado, antes se creía que era tanto y ahora te das cuenta que no es nada*». Aquí apareix la idea d'evolució en el temps, de maduració, idea que també insinua una estudiant de COU: *«Sí que hi havia aquests grups, i ara també, però menys, ara ja estem més compenetrats*».

Una noia il·lustra perfectament la variabilitat del concepte, i com cadascú redefineix al seu gust un concepte que és exterior: *«Ser o no enrollado depende, porque para cada persona es diferente (...) Para mi es una persona que sea una persona legal. Para mi no tiene nada que ver con que salga, pero para todos, por ejemplo para mis amigas... la clase tenemos a gente que la tenemos como discriminada por eso, porque ellos son más estudiosos. (...) Representa que sólo se dedican a estudiar y a esa gente no le parece bien, sólo le gusta la gente que sean como ellos, y cada uno es diferente. (...) Que seas como ellos, tienes que ser como ellos, sino ya no eres enrollado. De eso depende todo, si tu eres como los demás, entonces te aceptan, y eres guay, pero si eres de otra manera... o retraído, o no te expresas igual que ellos, ya no eres un enrollado*»

Com hem vist més amunt, també hi ha joves que ja no és que redefineixin la noció d'enrotllat segons el seu punt de vista —com a simpàtic i obert o com a

chulillo, per exemple—, sinó que simplement es distancien de la mateixa definició. Són els pocs que no es creuen el joc, que no entren a jugar, que fan una definició alternativa no ja d'algunes normes sinó del mateix joc. Un noi de primer de BUP ofereix un punt de vista molt distanciat —i sorprenentment sistematitzat— quan se li pregunta sobre si a la classe hi ha els més *enrotllats* i els menys *enrotllats*: «Si, és la tonteria de sempre... dels que són més tallats i els que no són tan tallats, i dels que no són gaire tallats però cauen més bé a la gent... i si a més a més els interessa ser una mica *aixins* de *jefecillos* i coses d'aquestes pues... sempre es fan una mica de grupets. I després els que són més tallats que o bé segueixen aquests *jefecillos* o bé simplement passen de tot això».

Aquest distanciament sembla més habitual, però, quan s'entén per *enrotllat* el *chulillo* que es posa amb la gent. Un noi de 17 anys, que més amunt descrivia els *enrotllats* de la seva classe com els típics que van de graciosos i que es posen amb la gent, fa aquest comentari: «A vegades si, ho trobes bé, no? Perquè... que ho fagin una vegada, i fins i tot que t'ho fagin a tu ho trobes bé una vegada o dos, però, de vegades es fan pesats. I si troben que algú és així, d'aquests que s'hi fica tothom amb ell, es passen especialment. I si tothom li diu "Ah, aquest, no sé què", pues vaya! Tampoc fas gaire bé, no? Això de ficar-se amb els demés per ser més popular o per cridar l'atenció...». Un altre noi d'un altre centre també diu que a la seva classe hi ha «*más tirando a gente de esta que van de listos por el colegio (...). Si quieres hacerte el gracioso métete con la gente*». Assegura, malgrat tot, que la gent no fa cas a aquests *graciosos*, com a mínim a la seva classe.

A d'altres classes, segons diuen alguns dels seus integrants, no hi ha ningú que es comporti així: «No, és que aquí hi ha un... un sentiment d'unitat bastant... tothom se sent igual. Sí que hi ha algun que està una mica despenjat, o algo així, però tampoc és que no vagi amb tú perquè... és més que res perquè no vol. Perquè són més tímids, perquè tenen altres gustos, els agrada fer unes altres coses». Segons un noi que després d'anar a una classe on hi havia els *típics chulillos* (que ell no considerava *enrotllats*), al canviar d'escola va anar a una classe on tothom es portava més o menys bé, analitza aquest canvi de la següent manera: «[a la nova escola] *son más listos, prefieren no hacerse daño, no mancharse las manos, y... no se, te hacen daño de otra manera, a lo mejor hablando mal de ti, marginándote, no se... los otros no, los otros te pegan y así quedan ellos como reyes, los más fuertes*».

En alguns casos al voltant d'aquesta idea d'*enrotllats* es poden crear autèntiques divisions de la classe. En d'altres, en canvi, la separació és molt més diluïda i fins i tot sembla no existir. Un noi de 17 anys explica detalladament les divisions que s'estableixen a la seva classe al respecte: «Si, hi ha les que es dediquen només a estudiar, i les que es dediquen a estudiar res i van tot el dia de festa i així, i després les altres que sí, que festa i també estudiar. Hi hauria aquests tres grups. I amb els *enrotllats* van les que no es preocupen per estudiar».

Quan se'ls planteja si ser *enterat* en música, escoltar-ne bastanta i donar-li importància va lligat a ser o no *enrotllat*, normalment diuen que no, però si se'ls pregunta si les dues coses acostumen a donar-se a la vegada, reconeixen que sí. Una noia de 18 anys, igual que un noi d'una altra escola, estableix relacions entre ser *enrotllat* i escoltar un o altre tipus de música. Ella diu que els *empollons* «no sé, ja són com... com malmirats... I el tipus de música... potser aquesta gent més així de sortir li agrada més la música... no sé... com màquina i rock, i als altres la música més tranquil·la, no sé, (...) com Maria Carey i això. No sé, més pacífics que diguéssim».

Hi ha un altre factor crucial que els nois i noies no expliciten fins que no se'ls pregunta, i és el del d'anar nois i noies barrejats (i més o menys enredats). A les pel·lícules nord-americanes de les quals parlàvem quasi sempre hi ha el problema amorós pel mig: la noia estimada va amb els *populars* jugadors de futbol —encara que sovint se sent malament per no censurar les males accions que aquests fan—, i el noi *pringat* ho té pràcticament impossible perquè les noies com ella —populars— no van amb nois com ell —pringats. Els més *enrotllats*, normalment, són els que més es relacionen i més parelles formen amb els de l'altre sexe. Aquest pot ser, sens dubte, un dels principals valors del fet de ser *enrotllat*, i per tant font de motivació per aconseguir-ho o per envejar els que ho aconsegueixen.

RUPTURA AMB EL SENTIT COMÚ

Hem començat analitzant com, des del sentit comú, tendim a considerar el gust com a autènticament individual i personal, com a producte de la nostra essència autèntica, i a continuació Goffman ens ha ofert una visió que si bé continua basant-se en l'element individual, se centra en com a través de la interacció i de la necessitat de causar bona impressió aquesta autonomia queda limitada, amb la qual cosa l'individu amb criteri estètic autònom perd pes, pes que recau en els «altres significants», aquella gent a la qual necessitem agradar. L'aproximació de Goffman

presuposa estratègia, tot i no necessàriament conscient i voluntària en la seva totalitat, sinó en part mecanitzada, intuïtiva, etc. La de Goffman és una perspectiva interaccionista que, malgrat partir de l'individu, posa en dubte la noció pròpia del sentit comú de l'individu com a autosuficient (en el nostre cas en el judici estètic: «m'agrada perquè sí, perquè el meu gust és així!») i introdueix la importància d'aquells que ens envolten en la formació o com a mínim en l'exteriorització d'aquest gust («m'agrada vestir així o vesteixo així perquè és un estil amb què causo bona impressió a la gent amb la qual vaig»).

Si recuperem aquella idea de Gergen segons la qual la concepció del jo pròpia del sentit comú acostuma a ser moderna o romàntica, podríem veure l'obra de Goffman com un primer pas en l'abandó de la concepció moderna del jo, d'un jo —de la forma de fer-nos accessibles als altres— individual, coherent i racionalment elaborat. Ara bé, Goffman, tot i distingir entre manifestació autèntica de l'individu i maneig de la presentació en funció dels altres, del públic, manté una distinció essencial entre l'actor i el paper representat, és a dir, entre essència i màscara (Gergen, 1992, p.194-95).

Els 'jos' heretats: romàntic i modern

¿Per què donem tanta importància al «jo personal» o «autèntic»? Simmel ja identificà la necessitat del «ser diferent» com a característica de la nostra època, de la modernitat. El debat és disputat i Gergen cita un estudi de John Lyon⁴ en el qual afirma que la posició central del jo s'assenta com a producte del pensament de finals del segle XVIII. Abans, afirma Lyon, les persones tendien més a concebre's a elles mateixes com a membres de categories més generals, com a integrants d'una religió, d'una classe o una professió. Ni tan sols l'ànima era estrictament individual: estava al cos provisionalment perquè Déu l'havia col·locada allí.

Gergen explica que la vida cultural del segle XX ha estat dominada pels dos grans vocabularis del jo a què ja hem fet referència: el romàntic i el modern. El romàntic, heretat principalment del segle XIX, atribueix a cada individu uns trets de personalitat: la passió, l'ànima, la creativitat. Aquest vocabulari és especialment important per a les relacions compromeses, les amistats fidels i els objectius vitals. Ja al segle XX, però, amb la cosmovisió modernista, el vocabulari romàntic entra en perill. Les principals característiques del jo ja no tenen a veure amb la intensitat

⁴John O. Lyons, *The Invention of the Self*, Carbondale, Southern Illinois University Press, 1978.

sinó amb la capacitat de raonar per desenvolupar els propis conceptes, opinions i intencions conscients⁵. Les persones normals són previsibles, honestes i sinceres, i creuen en el sistema educatiu i en la vida familiar estable. (Gergen, 1992, p.25). Sigmund Freud, des d'aquest punt de vista, representaria una síntesi de les dues tradicions: el control modern —conscient i racional— dels trets romàntics —la passió, la *libido*, l'inconscient, etc.

2. El gust i el grup

Per una banda el sentit comú ens acostuma a «dir» que tenim un «jo personal». Per una altra Goffman, si bé confirma que tenim un jo personal, adverteix que aquest està en interacció amb i influenciat per la gent que ens rodeja. Ara bé, aquesta interacció, i la influència que els altres exerceixen en nosaltres, sovint no és conscient, i per tant no és manejable de forma conscient pel «jo personal». Per això, i deixant ja Goffman, és possible invertir l'estratègia i situar el punt de partida en el grup. Això implica diluir una mica el paper de l'individu o, dit d'una altra manera, fugir de les visions romàntica i moderna del jo en l'explicació de la identitat (i en el nostre cas del gust). És molt diferent haver de triar entre dos tipus de música sense cap més criteri que el plaer estètic que ens proporciona que no pas fer-ho sabent, a més, que hem de causar bona impressió. Si tots els meus amics escolten música màquina i no els agrada el *heavy*, per exemple, és evident que tindrà una pressió molt forta perquè m'agradi la música màquina. El que és important és que aquesta pressió no necessàriament l'he de sentir com a tal, sinó que senzillament em *pot agradar* la música màquina. Si tots els meus amics vesteixen amb sabates i mitjons blancs, és molt més probable que jo trobi el més normal del món i que m'agradi vestir amb sabates i mitjons blancs. Si, en canvi, tots els meus

⁵ A *El problema de la irracionalidad en las ciencias sociales* (1985), Max Weber explicita molt clarament el fonament «modern» de la seva sociologia, en lluita directa amb qualsevol influència romàntica: «Cuanto mas «libre», en el sentido aquí planteado, es la «acción», es decir, cuanto menor es su carácter de simple «devenir natural», tanto más relevante será el papel de aquel concepto de «personalidad» que encuentra su «esencia» en la invariabilidad de sus relaciones interiores con los «valores» y los «significados» últimos de la vida, los cuales inciden en los fines últimos de la acción convirtiéndola en una acción teleológica racional. Y con ello tanto menor se hace la razón de ser de aquella visión romántico-naturalista de la idea de «personalidad», la cual, contrariamente, busca la auténtica sacralidad de lo personal en el oscuro e indistinto «subsuelo» vegetativo de la vida personal, esot es, en aquella «irracionalidad» que descansa sobre el entrecruzamiento de una infinidad de condiciones psicofísicas en el desarrollo del temperamento y de la sensibilidad, que la «persona» comparte con el animal» (Weber, 1985, p.158).

amics vesteixen amb sabates i mitjons foscos i a més critiquen la gent que vesteix sabates i mitjons blancs, és molt probable que jo porti les sabates amb mitjons negres i que, a més, em rigui dels que les porten amb mitjons blancs. Per tant, el grup té molta importància a l'hora de definir el gust individual, en contra del que el nostre sentit comú ens fa creure sovint. No és que jo, com a individualitat, com a ser autèntic i especial, tingui «bon gust», sinó que el meu grup m'ha ensenyat un gust que jo he fet meu fins a fer-lo «autènticament propi».

SER O NO SER... PART D'UN GRUP

Si bé percebem la identitat —i també el gust— com a producte de la nostra essència individual, única i intransferible, en realitat la construïm (laensem) sobre la base d'unes categories, unes etiquetes, que són *socials*, i que per tant existeixen fora de nosaltres, independentment del nostre jo personal⁶. Veure's com a «jove», com a «maquiner», com a «enrotllat», com a «passota», etc., requereix que existeixi abans una categoria que defineixi cadascuna d'aquestes qualitats, i que aquesta categoria sigui compartida com a mínim per un grup: és a dir, que si no hi ha un grup que utilitzi i conegui la categoria «maquiner», és difícil de concebre que jo em fagi un «maquiner», ja que a part de jo mateix ningú em veuria com a tal. Aquesta perspectiva —i això és important— desmentiria la visió segons la qual *tenim una manera de ser* a partir de la qual *ens ajuntem en grups* i advertiria que, sovint, el que passa és que *formem part d'un o uns grups* a partir dels quals *adquirim una manera de ser*. No em faig *maquiner* i llavors busco un grup de *maquiners*, sinó que tinc un grup que és o es fa *maquiner* i jo també me'n faig.

Aquest és el punt de vista de la teoria de la categorització del jo, de Henri Tajfel i John C. Turner (Tajfel, 1975 i 1982; Turner, 1990). Tajfel adverteix com la «identitat social» d'un individu està relacionada amb el coneixement de la seva pertinença a determinats grups socials i amb la significació emocional i valorativa que d'aquesta pertinença en resulta (Tajfel, 1975, p.376). Tenim, per tant, un sentiment de pertinença, d'una banda —i també una necessitat de sentiment de pertinença— i una motivació per establir una distinció, valorada de forma positiva, entre els grups amb els quals ens identifiquem i els altres grups rellevants. Un *maquiner*, per exemple, pot estar motivat per diferenciar-se d'un *heavy*, i per valorar

⁶ Aquesta afirmació pot ser controvertida, perquè les categories no existeixen sense «jos personals» que les percebin, sustentin i externalitzin temporalment, però a efectes pragmàtics ens és útil per a l'exposició.

aquest negativament (dient-li *guarro*, per exemple). I no només això, sinó que les mateixes categories de «*maquiner*» i de «*heavy*», amb les quals l'individu s'autodefinirà (i s'autoevaluarà), així com les valoracions que hi van associades, les defineix en gran part el mateix grup. Les categories són externes a l'individu, i la capacitat de redefinició i reinterpretació d'aquestes no és absoluta: si canviem les categories al nostre gust no ens podrem comunicar amb el nostre entorn. A partir d'aquestes categories socials els subjectes es defineixen i avaluen a ells mateixos (Turner, 1990, p.59). Les categories socialment establertes més eficients són aquelles més evidents, aquelles que ni ens pot passar pel cap posar en dubte, són les *donades per descomptat*, i per tant les més incontrolables, perquè no són conscients (són tan òbvies que no ens podem imaginar que la realitat no sigui així, perquè és el que és natural: estan *naturalitzades, reïficades*). Si s'és un estudiant de tota la vida d'una escola privada catalana, és *obvi* que es trobarà horrible tot allò relacionat amb els *skins*. El grup imposa aquest gust i el fa *evident en ell mateix*. Per això quan a la secundària arriba gent d'altres ambients amb amics *skins* o d'estètica *skin*, no entén res de res: un dia porta una samarreta de l'exèrcit per sota el jersei i els companys li comencen a dir de tot. No entén res perquè hi ha coses que donava per descomptat que no són així: en el món on havia viscut fins ara una samarreta de l'exèrcit no estava mal vista, era una possibilitat acceptada sense problemes. Allà on és ara, en canvi, està molt mal vista, és un gust *prohibit*. El grup ho imposa. A aquest alumne se li albiren tres grans possibles futurs: conflicte amb els seus nous companys; adaptació al que s'espera d'ell només a nivell pragmàtic, mantenint la reserva de rol (és a dir: representació del paper però mantenint-se radicalment distanciat d'aquest); o adaptació pragmàtica al que s'espera d'ell amb progressiva interiorització del gust que està representant.

És a dir, que no és que a una noia li agradi la música màquina (el seu gust així li ho diu) i per això va amb gent a la qual també li agrada aquest tipus de música, sinó que el que passa és que va amb un grup de gent, i com que a aquest grup de gent li agrada la música màquina, ella utilitza les mateixes categories que aquest grup, amb l'avaluació implícita que comporten, entre les quals hi ha el «gust» per la música màquina i l'autodefinició com a *persona a la qui agrada la música màquina*, així com l'avaluació negativa d'un altre grup determinat (*exogrup*).

Segons Turner «identitat social» es defineix com aquells aspectes de la noció de jo d'un individu basats en la seva pertinença a grups o categories socials, juntament amb les implicacions psicològiques emocionals, avaluatives i d'altres tipus (Turner,

1990, p.58). En aquest sentit, en analitzar el gust podríem entendre que no observarem *gustos de personalitats individuals* sinó *adscripcions a categories socials*. La inclinació per un tipus de música podria ser vista com un gust lligat a unes categories, gràcies a les quals aquest gust es pot definir i situar i pot, a més, incorporar les seves avaluacions corresponents (bon o mal gust, senzill o pretenció, refinat o barroer, *pijo* o *quillo*, *catalufo* o *lolailo*, etc.): dir que ens agrada un tipus de música, o un tipus de roba, sovint comporta també dir que *no* ens agrada un altre tipus de música o de roba, a la vegada que pot significar associar un i altre a tipus de grups (que no necessàriament han de ser grups que actuen com a tals sinó *tipus de persones*).

Les categories que utilitzem són vitals. El nostre entorn social és complex i inabastable, i per tal de fer-lo comprensible, per no tornar-nos bojos, el fem intel·ligible gràcies a les categories socials. Turner defineix la categorització social com la *representació cognitiva de la divisió social en grups*. És a dir, que retallem l'entorn social amb un sistema de categories, amb la qual cosa el fem comprensible, introduïm significació (Tajfel, 1975, p.384). Si jo puc introduir categories com blanc, negre, bo, dolent, alt, baix, *skin*, *heavy*, *pijo*, *catalufo*, o qualsevol altre, permeto que la realitat social se'm fagi intel·ligible, permeto ordenar-la en grups diferents (també avaluats de forma diferent) i per tant entendre-la a la meua manera i, a més, situar-me en aquesta realitat, ocupar un lloc, ser algú: tenir una identitat. Per això si demanem a algú que es defineixi en 10 paraules, el resultat seran 10 categories, com ara «dona», «catalana», «electricista», «mare», «advocada», etc. Cadascuna d'aquestes categories ajuden a la dona que respon a col·locar-se en l'espai social, a saber qui és i qui no és.

El grup, des d'aquesta perspectiva, ha de satisfer les necessitats motivacionals de l'individu, ha de satisfer no només la necessitat d'una categorització social com a sistema d'orientació que crea i defineix el lloc particular d'un individu en la societat (Tajfel, 1972: p.376), sinó també la necessitat de reforçar els aspectes positius en la comparació amb els altres grups. És molt important formar part d'un grup que percebem positivament.

NOSALTRES I ELS ALTRES, DINTRE I FORA

La divisió entre «nosaltres» i els «altres» és central per a aquesta conceptualització. El «nosaltres» pot ser una colla d'amics, la família, el barri, el Barça, Catalunya, els estudiants de FP, els alts, els de lletres, etc. La distinció

entre un dintre i un fora, entre un «endogrup» i un «exogrup», com li diuen Tajfel i Turner, és primordial, ja que la formulació del grup psicològic es produeix en la mesura que dos o més persones es perceben i defineixen a elles mateixes fent referència a alguna categorització compartida endogrup-exogrup (Turner, 1990, p.85).

La divisió entre endogrup i exogrup és fonamental, perquè hi va associada una implicació afectiva i motivacional, no només cognitiva (no només simple processament d'informació sinó també sentiment de pertinença, identitat i valoració de l'exogrup i l'endogrup, etc.). Aquest és l'eix de la perspectiva de Tajfel i Turner, la inclusió d'elements motivacionals en un enfoc cognitiu, la inclusió d'elements *calents* en un enfoc *fred*. Tajfel afirma que la categoria «altre» proporciona automàticament una identitat de grup i, per tant, dóna un sentit a una situació que altrament estaria buida. Els efectes socials d'això són enormes (Tajfel, 1975, 383). Això fa que sigui important saber qui és l'«altre» per cadascú en cada moment (en un moment pot ser «la gent gran», en un altre el «Madrid», en un altre els «maquiners» i en un altre els «catalufos»), ja que això ens proporcionarà una informació essencial per comprendre la seva identitat.

COMPARACIÓ, PROTOTIPS I ENVEJA

Per a percebre's com a grup (endogrup) cal percebre's com a diferent d'un «fora» (exogrup). En la comparació entre l'endogrup i l'exogrup cal que s'observi l'endogrup com a prototípic i l'exogrup com a diferent. Només així es podrà mantenir l'etnocentrisme inherent (la tendència a valorar positivament allò que és propi de l'endogrup i negativament tot allò propi de l'exogrup: a veure persones menyspreables tots aquells jugadors del Real Madrid o com a éssers humans d'una qualitat considerable tots aquells individus que juguen amb el Barça). Si els *punks* i els *heavies* van cada cop més iguals i barregen més estètica i música d'uns i altres, al final ja no podran percebre's com a diferents i, per tant, ningú podrà dir que els *heavies* i la música *heavy* són millors que els *punks* i la música *punk*.

Criteri d'identificació del 'nosaltres'

Tajfel i Turner elaboren el «principi del metacontrast» per explicar la percepció de la diferència entre endogrup i exogrup: si les diferències percebudes entre els membres d'un grup (el seu prototip) són menors a les diferències percebudes respecte de la resta (també en base a prototips), llavors es reforça la «saliència» (la

presència subjectiva) de la categorització endogrup-exogrup. I això, a la vegada, fa que augmenti la despersonalització del jo individual, fa que l'individu no es percebi tant com a individu «específicament particular» sinó més aviat a partir d'unes dimensions estereotípiques que defineixen el grup (les diferències percebudes entre els membres del propi grup es perceben, en realitat, respecte aquestes dimensions estereotípiques, tant del grup com de l'exterior del grup). Això passa, per exemple, en un concert *heavy* o en un discoteca de música màquina, on només es para atenció al que s'està compartint, i la individualitat, tot allò que ens diferencia dels altres individus, perd pes, mentre que allò que ens uneix, el gust per un tipus de música i un tipus de marxa, per una forma de vestir, una forma de divertir-se, passa a ser el més present, passa a ser el «cos col·lectiu» del qual parla Tim Jordan (1995) al seu article sobre el «raving», l'equivalent anglès —tot i que diferent, més proper a les *House Parties*— de la *Ruta del Bacalao* valenciana.

Aquesta despersonalització del jo és el procés bàsic dels fenòmens de grup, i no té res a veure ni amb la pèrdua d'identitat ni amb la desindividuació. Per entendre'ns: és aquell procés segons el qual quan un seguidor del Barça va a veure un partit (i en tenir molt clara la categorització endogrup-exogrup, Barça-Madrid, per exemple), llavors percep la seva identitat segons les dimensions estereotípiques de l'endogrup: barcelonista, culé, etc., i no segons les seves especificitats individuals: professió, tipus de família, caràcter, etc.

Comparació i enveja

En aquesta comparació entre l'endogrup i l'exogrup, no necessàriament conscient sinó de caràcter cognitiu, hi ha un element molt important: la importància de la comparació amb els altres en la vida social i en l'individu mateix. Per anar mal vestit cal anar *pitjor que algú*, per ser un gran jugador de futbol cal ser *millor que algú*, per tenir bon gust cal tenir-lo *millor que algú*, i per ser horter cal ser-ho *respecte algú altre*. La realitat social és interdependent, sempre depenem de les accions i condicions dels altres per saber quina serà la nostra recompensa. La comparació sovint no és conscient, però és inevitable: per ser algú, per tenir una identitat, s'ha de ser-ho respecte d'algú altre, s'ha de tenir una posició respecte als altres, s'ha de tenir similituds i diferències.

La comparació amb el veí, la voluntat d'emular, imitar, igualar, superar, ignorar, no ser superat i tantes altres són, sens dubte, unes de les forces socials més importants. La nostra acció està sovint guiada per aquests criteris, més o menys

conscientment. Més endavant veurem l'anàlisi de Thorstein Veblen i el paper central que hi juga l'emulació; Jon Elster (1991) també considera l'enveja com un dels fonaments que cimenten la societat; James S. Coleman analitza la noció d'estatus i també parteix de la base d'una distribució de recursos i de l'existència d'interès, per part d'algun agent, per guanyar control sobre recursos aliens; Erik H. Erikson (1980) emfatitza que la identitat existeix al nucli no només de l'individu sinó de la seva cultura comunitària i que, inconscientment, l'individu es jutja a partir de com veu que els altres el jutjen.

El gust juga un paper importantíssim en la comparació, en l'enveja, en la percepció dels altres. Quan interactuem amb altres jutgem (més o menys conscientment) les seves accions i els seus gustos, i així ens en fem una *impressió*. Comparem, envejem, idolatrem, menyspreem, ignorem, perseguim, etc. Totes aquestes són accions interdependents, que requereixen accions d'altres persones per així poder comparar, envejar, menysprear, etc. I són persones i pautes d'interacció que condicionen la pròpia acció.

CANVI DE 'NOSALTRES' SEGONS LA SITUACIÓ:

Més amunt, parlant del jo modern i el jo romàntic, hem dit que abans del segle XVIII els éssers humans tendien a concebre's no tant com a individus sinó com a categories socials. Amb el jo modern o romàntic, tot i que aquestes categories són essencials per a la definició de l'individu, els individus es concebeixen ells mateixos com a individus personals, autèntics, únics. Ara bé, si com diuen Tajfel i Turner aquesta identitat es forma gràcies a les categories grupals, als grups psicològics als quals l'individu pertany, i si pensem que normalment els individus no formen part d'un únic grup que proporciona una identitat fixa, coherent i estable, sinó que és habitual formar part de diferents grups psicològics a la vegada, llavors la qüestió de la identitat autènticament individual i essencial pot entrar en perill. Un adolescent pot ser del Barça, fill d'una família d'immigrants, ciutadà de Terrassa i estiuellant a un poble d'Andalusia; pot ser ciutadà de Catalunya, d'Espanya i d'Europa; pot ser estudiant d'ESO i tenir amics a l'institut; i a part pot ser d'un grup d'amics del seu barri; pot ser *maquiner*; pot ser castellano-parlant; pot agradar-li molt jugar a billar (i tenir amics del lloc on va a jugar sovint); pot ser casteller (i tenir un grup d'amics de la colla castellera); pot jugar en un equip de futbol (i tenir un grup d'amics de l'equip o d'altres equips on ha jugat); etc. Llavors... ¿quin és el seu grup psicològic? Depèn de cada moment, evidentment (de la *saliència* de

cadascuna d'aquestes categoritzacions en cada moment). Un sol individu pot ser tot això i moltes altres coses a la vegada, i segons el moment se sentirà més del Barça (en un Barça-Madrid) que altres coses, o més de la família (en un dinar familiar), o més jugador de futbol (en un partit), o més estudiant d'ESO (la nit abans d'un examen) o més *maquiner* (en una nit de *farra* —de festa— en una discoteca), etc. Un nivell d'abstracció *salient* és aquell que és «present» un un moment determinat. Per exemple, quan està al Camp Nou mirant un partit del Barça, aquest individu es concep com a *culé* enfront els de l'altre equip, i no pensa ni de lluny que sigui un estudiant. Ser del Barça és el nivell d'abstracció *salient*, i els altres passen a un segon terme. Però si se'n va a una discoteca se sentirà *maquiner*, i si vol *lligar* a més se sentirà home. I segons sigui el grau d'abstracció i la categoria que tingui *salient*, la seva percepció d'ell mateix serà una o una altra, i en conseqüència també la seva conducta (Turner, 1990, 167).

Pel que fa a la identitat i l'autopercepció, Turner explica com els autoconceptes particulars tendeixen a resultar *salients* (a mostrar-se activats) en funció de la interacció entre una «situació» i el «caràcter del perceptor», entre un entorn determinat (banderes el Barça, o música i llums, o llibres i dates d'exàmens...) i una forma de ser (persona *culé*, conciençada pels estudis però a la vegada marxosa, per exemple). La *salència* d'una categorització del jo porta a accentuar la percepció de les similituds entre els del grup i les diferències entre els que són diferents (Turner, 1990, p.81): tendirem a sentir-nos iguals a tots els *culés* i molt diferents a tots els *merengues*, o iguals a tots els que surten de nit com nosaltres i diferents als que tenen un altre tipus de *marxa*⁷.

CONSCIÈNCIA REFLEXIVA

Al començament hem vist com el sentit comú no acostuma a ser conscient d'aquesta influència del grup a l'hora de definir el gust individual. Normalment *naturalitzem* tot allò que ens ve donat per l'entorn i ho considerem producte del nostre jo personal, del nostre jo autèntic.

⁷ «Marxa» vol dir forma de sortir de nit.

Naturalització i 'encossament'

¿Com pot ser possible que si coses com el gust no són només individuals les percebem com a tant essencialment nostres? És curiós, però efectivament tot un seguit de conductes, moviments i accions apreses de l'exterior esdevenen tant *naturalment* nostres que ens oblidem que no són part d'una essència personal, sinó que són apreses. Aquest mecanisme, aquesta «interiorització» d'una realitat «externa», l'anomenarem «naturalització». La naturalització facilita que les idees moderna i romàntica del jo tinguin molta força, ja que *es fan evidents per elles mateixes*.

El primer cop que un adolescent que s'està fent *heavy*, per exemple, es posa una samarreta negra de *Metallica*, se sentirà una mica disfressat⁸, una mica incòmode. Amb el temps, però, després d'un parell d'anys de portar samarretes *heavies* i anar a llocs *heavies* on la gent vesteix de forma similar, pot passar que portar una samarreta de *Metallica* sigui *el més normal del món*. És més, si ara torna a vestir-se com abans d'esdevenir un *heavy* segurament se sentirà *incòmode*. Aquest adolescent ha *naturalitzat* el gust fins a fer-lo seu, natural, autèntic, personal. És un gust après, extern (si hagués nascut en un altre lloc o en un altre moment on no existís aquest gust mai hauria pogut tenir un *gust heavy*, és un gust que no ha creat, sinó que s'ha apropiat), que al començament era estrany, com una disfressa, però que amb el temps s'ha fet natural, conegut, còmode. Un entrevistat assegura, per exemple, que quan va a una discoteca una mica *pija*, es *disfressa de normal*: el seu gust autèntic, naturalitzat, és un gust radical, destraler i *tirat*, mentre que el vestir normal, que segurament era el seu gust als 12 anys, esdevé ara una disfressa.

Aquest procés d'interiorització i naturalització del gust és el mateix que succeeix amb els rols: al començament de representar un rol, com per exemple el de pare o mare, és inevitable sentir-se *fora de lloc*, però amb el temps el fet de ser-ho passa a ser un element fonamental de la identitat de la persona, a ser una qualitat inherent al seu jo, a ser una situació *natural*. Amb el temps de representació d'un rol, aquest rol s'acaba «interioritzant», «apropiant». A no ser, és clar, que s'aconsegueixi mantenir en el temps el que s'anomena una «reserva de rol», que ve a ser una consciència separada del rol que s'està representant: com per exemple la

⁸ Dick Hebdige, a *Subculture: The Meaning of Style* (1979), advertí que el que distingeix l'espectacular aparença visual de les subcultures d'aquella(es) cultura(es) afavorides que l'envolten és el fet que estan *obviament* fabricades, però això ja és una altra història.

filla que fa el paper de bona noia davant els pares però que, lluny de ser-ho, d'amagat manté una doble vida on fa tot allò que els seus pares no suportarien. Aquesta noia no està interioritzant el paper de bona nena que representa amb els seus pares, sinó que manté sempre una reserva de rol que evita que això passi (com l'alumne que fa cas a les recomanacions del professor però, en realitat, és immune a l'acció educativa, o com el jove que adopta el paper de *passota* dels estudis però que en realitat prou que es preocupa per anar aprovant els cursos).

Una altra vessant d'aquest procés d'interiorització i naturalització que reforça la noció moderna i romàntica del jo és la de l'«*encossament*»: quan interioritzem un paper no només ho fem en termes d'identitat, de forma de ser, de característiques intel·lectuals, sinó també en termes tant «corporals», «naturals» i «personals» com el moviment del cos, la forma de parlar, de menjar, de seure, de caminar, etc. Tots sabem que segons hom sigui paleta o presentador de televisió o President de la Generalitat es tindrà una forma de caminar, seure's o parlar molt diferenciada. Això, que quan coneixem a algú ens sembla signe tan clar del seu «èsser personal», no és sinó l'encossament d'unes característiques en gran part fixades pel seu entorn. La percepció d'aquestes característiques com a «naturals» (la forma de parlar, d'estornudar, etc.) fa que la seva atribució a l'essència *individual* sigui molt més efectiva, i el reconeixement del seu caràcter en gran part social sigui molt més difícil d'aconseguir.

Fins ara hem atribuït al sentit comú una noció individualista i essencialista (i per tant *naturalitzada*) del gust (i de la identitat), però això no és del tot correcte, ja que normalment acostuma a donar-se, en menor o major grau, certa consciència reflexiva del caràcter social d'algunes característiques individuals. En les entrevistes a adolescents, per exemple, ens hem trobat amb casos on la «consciència reflexiva» (autoreflexió o autoconsciència) començava a aflorar, i algun altre on estava sorprenentment desenvolupada.

Una noia, per exemple, té claríssim que el fet d'anar o no anar a l'escola marca molt el caràcter de la gent: «Yo, si por ejemplo no estuviera estudiando, y voy con mis amigos que son de una manera así [skins, agressius, molt marxosos, etc.] pues a lo mejor me comportaría de otra manera. Pero a mi... me influye mi futuro, quiero estudiar... y aunque piense de una manera no lo expreso». Un noi té clar que el gust no és només individual: «Home, jo crec que el gust ve bastant influenciat. En el meu cas, per exemple, el meu gust per la música ha estat sempre influenciat pel meu germà, i en altres persones ha estat influenciat pels amics o per la societat...».

Malgrat la presència de consciència reflexiva —més o menys desenvolupada— en molts entrevistats, en molts d'altres aquesta hi és pràcticament absent. Molts adolescents creuen en la individualitat del gust, tenen una idea del jo totalment moderna o romàntica. Un cas curiós és el d'un alumne que ha canviat d'escola i, en trobar molt estranys els nous companys, comença a descobrir la importància dels altres en la pròpia forma de ser: *«Lo que tengo miedo es de contagiarme, de cambiar, de ser como ellos. Son muy raros. Mi madre me ha dicho que no me pasará nada. Un día llegué a casa y le pregunté ¿oye mamá, es verdad que el ambiente influye en la forma de ser de una persona? Me dijo que sí y desde entonces estoy preocupado.»*

Un jo únic o un jo camaleònic

La presència d'aquesta consciència reflexiva vol dir que associar sentit comú amb noció essencialista del gust (amb la creença en un gust autènticament individual i personal) no és en absolut universal. Només cal pensar en la dita popular, *digues-me amb qui vas, i et diré qui ets*, per tenir molt clar que en la vida quotidiana el límit entre una i altra visions són sempre difosos.

Kenneth Gergen creu que actualment estem assistint a un canvi en la noció d'identitat que deixa enrera l'essencialisme de les nocions moderna i romàntica per passar a una de nova, la «postmoderna», en la qual aquesta consciència reflexiva té molt més pes. Efectivament, Gergen defensa la tesi segons la qual amb la saturació de les relacions entre persones —en gran part producte de les possibilitats que ofereixen les noves tecnologies— i amb la multiplicitat de relacions incoherents i desconnectades unes de les altres, les nocions moderna i romàntica d'identitat estan canviant. Tant una com l'altra, malgrat ser diferents entre elles, es fonamenten en un jo *individual i autèntic*, sigui per la seva essència, per la seva ànima, o per la seva capacitat de raonar i construir unes opinions i intencions de forma conscient i racional. La nova concepció del jo, el *jo postmodern*, en canvi, posaria en dubte la mateixa noció d'essència personal. Processos com l'emoció i la raó deixarien de ser l'essència real i significativa de les persones per passar a ser producte de les seves relacions, de les construccions producte de les interaccions que cadascú ha desenvolupat durant la seva existència (Gergen, 1992, p.26).

La idea és que en la societat actual es produeix una saturació del jo que fa que els individus passin ràpidament d'un ambient a un altre sense continuïtat de sentit, amb la qual cosa al final s'esvaeix el sentiment d'unitat propi del jo romàntic o

modern i es passa a un jo postmodern que és variable, no essencial sinó adaptable, amb múltiples formes de ser. Gergen afirma que si amb Freud i *la doble personalitat* aquest fenomen era patològic, en el jo postmodern deixarà de ser-ho, perquè no hi haurà la idea de jo autèntic i essencial, sinó que el jo serà el que són les seves relacions: si estic amb els amics de l'escola sóc un noi jove, simpàtic i acceptat, però una mica tímid, i si estic amb els amics del barri, en canvi, sóc un noi molt extravertit, actiu i extremadament ocurrent. La novetat és que cap de les dues personalitats és l'essencial, sinó que les dues són parts igualment autèntiques de la pròpia identitat. Segons Gergen aquesta vivència de la identitat com a depenent de l'entorn, de les relacions (i per tant reflexiva) s'està estenent i substituirà en gran part a la moderna i la romàntica (de fet ell creu que igual que fins ara han coexistit les nocions moderna i romàntica, aquestes també coexistiran amb la postmoderna).

Aquesta és una tesis controvertida, ja que nega que els individus necessitem una certa coherència interna, un jo unificat i mínimament coherent en ell mateix. Segons Gergen aquesta visió és històrica, i està en procés de perdre prominència en favor de la noció postmoderna (evidentment també històrica i construïda).

3. El gust i l'estructura social

El fil de l'argumentació feta fins ara ha fet oscil·lar el punt de vista des del qual ens mirem el gust. Havíem partit d'un individualisme essencialista propi del sentit comú, des del qual hem passat a un individualisme interaccionista defensat per Erving Goffman i, tot seguit, a un punt de vista que posa l'accent en el grup (desde la psicologia social d'arrel cognitiva però amb elements motivacionals de Tajfel i Turner) o en les relacions socials (la psicologia social postmoderna de Gergen). La importància de l'individu autònom en l'elecció del gust ha quedat, amb això, desfigurada. Malgrat que l'anàlisi manté l'individu com a origen i final de l'explicació, l'atenció s'ha anat desplaçant fins a recaure en el seu entorn: el seu grup i les seves relacions. Ara encara accentuarem més aquest desplaçament i situarem aquests grups psicològics i aquestes relacions a l'estructura social, amb la qual cosa ja no parlarem ni d'un gust individual essencial ni d'un gust grupal abstracte i ahistòric, sinó d'un gust relacional situat en l'estructura social d'un lloc i d'un moment històric determinats.

CONSUM OSTENSIBLE I DISTINCIÓ VALORATIVA

L'any 1899 Thorstein Veblen publicà *The Theory of the Leisure Class* (*Teoria de la classe ociosa*, 1971), on analitzava l'oci com a institució econòmica, i a tal efecte elaborava un model històric: així com Karl Marx veia en la propietat privada l'origen de l'alienació i l'explotació, Veblen presentava la propietat privada com l'origen de la classe ociosa, que arriba al seu màxim desenvolupament en els estadis superiors de la *cultura bàrbara* —Europa i Japó feudals—, quan la distinció entre les diferents classes era rigorosa i manifesta en l'exempció de les classes superiors de les tasques *industrials*, com a expressió econòmica de la seva superioritat de rang.

I si la classe ociosa va nèixer amb l'aparició de la propietat —argumentava Veblen—, l'aparició de la propietat rau en l'emulació, en l'acció o el desig d'intentar igualar o superar algú, o les accions d'algú, en alguna cosa, especialment en mèrit. I concretament l'emulació pecuniària, és a dir, aquella relativa al diner, a la riquesa: la possessió de la riquesa proporciona honor, és una distinció valorativa (*individuous distinction*)» (Veblen, 1971, p.33).

Aquesta noció que introdueix Veblen, la «distinció valorativa», es basa en el fet social de la comparació que es dona entre persones amb l'objectiu d'escalonar-les i graduar-les en relació al seu valor, en un sentit estètic o moral, i concedir i definir així el grau relatiu en aquesta gradació. Més amunt hem vist com el simple fet de la comparació és essencial per a la identitat, ja que en l'acte de la comparació és on identifiquem allò que és el propi grup i allò que en queda fora (endogrup i exogrup en la terminologia de Tajfel i Turner). L'estatus ve donat per la comparació, per la distinció valorativa entre individus i la ubicació de cadascú en una jerarquia social: no només ens diferenciem, sinó que a més valorem positivament o negativa allò de què ens diferenciem. Aquesta és la forma com *retallem* la realitat per fer-la comprensible i, a la vegada, fer-nos-hi un lloc (amb la qual cosa *sabrem qui som i on som*, és clar).

Així com Thomas Hobbes planteja la seva teoria política a partir de l'instint de conservació egoista o l'economia marginalista planteja un marc teòric basat en l'*homo oeconomicus*, maximitzador d'utilitat racional i egoista, Veblen estructura la seva anàlisi a partir de la noció d'emulació que —instint de conservació a part—, considera el més fort, persistent i atent dels motius econòmics pròpiament dits. Aquesta força és la que fa que la necessitat de malbaratament ostensible pugui absorbir qualsevol augment de l'eficiència industrial en la producció de béns.

Efectivament, Veblen lliga la seva anàlisi de l'oci a les condicions econòmiques, ja que, segons assegura, les forces que guien els reajustaments de les institucions a les comunitats industrials modernes són principalment econòmiques, de pressió pecuniària, de diners. Des del seu punt de vista la finalitat de l'estructura pecuniària és facilitar l'explotació pacífica i ordenada, protegir la propietat.

A partir d'aquest marc Veblen analitza l'oci des de la noció de distinció valorativa. Així elabora la idea d'«oci ostensible». Explica com, fins aquell moment, al tombant del segle passat, en lloc d'ostentar la capacitat d'oci amb trofeus de gestes es feia amb béns immaterials d'ociositat com ara la instrucció en llatí, la música, la moda, els esports, els animals de luxe, etc. Era important, segons ell, *demostrar* que no s'ha estat ocupat en coses «productives», «industrials» (Veblen, 1971, p.56). També es pot demostrar la capacitat d'oci a través d'algú, com una criat o la dedicació de la dona a feines de la casa (no industrials): és l'oci vicari. Veblen advertia, malgrat tot, que tant l'oci ostensible com l'oci vicari tenen els seus homòlegs en el consum ostensible i el consum vicari, molt més adients per a l'anàlisi de la nostra societat de consum altament industrialitzada. Al món modern, la mobilitat i la massificació ens porten a sotmetre'ns al judici de desconeguts contínuament, amb la qual cosa la vida actual s'orienta a enaltir la utilitat del consum ostensible en detriment de l'oci ostensible (Veblen, 1971, p.93).

Veblen ofereix una visió jeràrquica, competitiva i valorativa del consum. No és una qüestió de «diferents gustos», de «diversitat», sinó que és una qüestió de jerarquia, de comparació, de prestigi, de distinció. El consum ostensible va lligat a la reputació. La forma de vida de la classe ociosa proporciona la norma per *medir la reputació*, proporciona un criteri. Veblen estableix l'existència d'uns nivells pecuniaris i assegura que el patró pel que fa a la despesa i altres factors on intervé l'emulació és establert per l'ús d'aquells que estan immediatament per sobre de nosaltres pel que fa a reputació. És a dir, que en realitat tots els cànons de reputació i els patrons de consum deriven, per gradacions insensibles, dels usos i hàbits mentals de la classe social i pecuniària més elevada (Veblen, 1971, p.109-10). Aquesta és una afirmació controvertida —sobretot actualment, a finals del segle XX—, ja que amb això elimina l'autonomia de la resta d'estrats socials i crea una jerarquia fixa, consistent i inviolable. Més endavant tornarem a aquesta idea.

També és important el fet que Veblen no atribueix als actors una motivació conscient («directa», diu ell) de malbaratament ostensible, sinó que creu que el

motiu és, habitualment, el desig de conformar-se als usos establerts, d'evitar observacions i comentaris desfavorables. És a dir, la por a la vergonya i el ridícul, la conformació al grup de pertinença, la conformació a un patró de despesa i malbaratament en el consum de béns, el desig de causar bona impressió, de sentir-se estimat: tornem a les perspectives (posteriors cronològicament) de Goffman i de Tajfel i Turner. Així, Veblen ens adverteix com sovint la superior satisfacció que deriva de l'ús i contemplació de productes costosos i que se suposen bells és, en gran part, una satisfacció del nostre *sentit d'allò que és car*, que es disfressa sota el nom de la bellesa (Veblen, 1971, p.134). O el que és el mateix, que davant un quadre caríssim i aduladíssim per crítica, mitjans de comunicació i professionals de la pintura hi identificarem gran bellesa, però segurament degut al nostre coneixement del valor monetari i artístic i no pas al gaudi directe i sincer. Davant una pintura abstracte prestigiada i caríssima, per exemple, i una altra d'un principiant sense èxit, un profà (és a dir, la majoria) segurament se sentirà igualment impressionat (o poc impressionat), però si sap que un dels dos quadres costa un milió de pessetes sentirà molt més plaer amb aquest que amb l'altre, no pel sentit estètic, sinó pel sentit d'allò car. És a dir, que alguna cosa pot, només pel fet de ser cara, ser «bella» automàticament.

Si acceptem la idea de James S. Coleman segons la qual es pot entendre l'estatus —malgrat les seves peculiaritats— com un element en part similar al diner (Coleman, 1990, p.129-30), podem estendre aquest mateix argument sobre el *sentit d'allò que és car* a un d'anàleg sobre el *sentit d'allò que queda bé*, segons el qual el gust vindria donat en gran part per una conformació a *allò que queda bé en cada cercle social*.

Aquest és el relativisme sociològic del sentit de la bellesa de què fa gala Veblen, qui creu que la diversitat de conceptes respecte al que és bonic no és una diversitat de la norma en relació a la qual opera el sentit ingenu de la bellesa. Per ell no és una diferència constitucional de qualitats estètiques, sinó una diferència en el codi de reputació la que especifica quins objectes s'encabeixen dintre l'àmbit del consum honorífic per a la classe de la qual forma part el crític (Veblen, 1971, p.138).

Així, allò barat s'identifica amb allò dolent, menyspreable, només pel fet de ser barat. El mateix passa amb una imitació, que encara que sigui igual, idèntica, si es descobreix que és imitació, en ser barata, ja perd valor. Només cal que pensem en la roba de marca: una imitació de *Levi's* o *Nike* pot ser exactament igual a simple

vista, però si es descobreix la impostura, el valor decau immediatament.

La moda va associada al malbaratament ostensible (renovació anual de la roba), i per tant a l'abandonament de l'ideal protestant de frugalitat. Les modes són més canviants en aquelles comunitats que, com la nostra, afirmen més imperativament el principi del malbaratament ostensible de béns. Veblen assegura que la devoció transitòria per qualsevol cosa que sigui l'últim crit de la moda es basa en fonaments de caràcter no estètic (Veblen, 1971, p.184). I la nostra societat de consum, on els productes s'han multiplicat i es multipliquen contínuament, cada cop s'exigeix a l'observador una discriminació més fina dels mitjans de publicitat, de les diferències entre uns i altres grups i nivells (Veblen, 1971, p.193).

Veblen oferí, per tant, al final del segle passat, una anàlisi crítica del gust que posava en dubte la seva naturalització i la seva reducció a una qüestió de disposició individual. I el que és més important, no es quedà aquí sinó que l'emmarcà en una societat estructurada socialment, en una jerarquia i unes relacions de dominació.

ESTIL DE VIDA

En aquell moment, entre el final del segle XIX i el començament del XX, en l'anomenat període clàssic de la sociologia (quan es va constituir com a disciplina independent), i quan les possibilitats dels individus d'alterar la pròpia situació eren presumiblement més grans del que havien estat mai, les qüestions en relació al consum i les formes de vida van esdevenir centrals. Tal i com explica Bo Reimer (a Fornäs i Bolin, 1995), fou en aquest marc que va aparèixer la noció d'*estil de vida*.

Ja hem vist com Veblen examinà aspectes del consum, les activitats expressives dels individus, les relacions d'enveja i la seva relació amb els esforços per expressar la posició social. Max Weber, per la seva banda, parlà d'*estils de vida* a la seva obra *Economia i Societat* (1919/1969), on plantejà el seu model multidimensional de l'estratificació social on, a més de la classe econòmica tenia en compte l'estatus (i també el *partit*). Weber apuntà que on l'estatus s'expressa més clarament és en els estils de vida. A la mateixa època també Georg Simmel i Gabriel Tarde van tractar aspectes de l'estil de vida. Simmel escribí sobre les característiques de la gent que vivia a les grans ciutats i sobre allò a què havien de fer front —la intensificació de les sensacions i la indolència associada, entre d'altres coses— i Tarde va apuntar l'oci i el consum com aquelles esferes de la vida

quotidiana on la gent, lliure de les constriccions de la vida del treball, podia relacionar-se i fer amb les seves vides alguna cosa amb sentit. (Fornäs i Bolin, 1995, 121)

A partir d'aquest moment el concepte es va anar deixant d'utilitzar. Reimer (Fornäs i Bolin, 1995, p.121-22) no creu que hi hagi causes clares, però adverteix que part de la culpa va ser de la seva utilització comercial, la qual cosa l'hi enganxà connotacions que els acadèmics més puristes no estaven disposats a passar per alt. També l'ús vague i contradictori que se'n va fer va ajudar que se'l qüestionés. A començaments dels anys 80, per tant, no es considerava un concepte seriós, s'utilitzava aquí i allà però mai era l'eix central de cap treball. Des d'aquell moment, però, l'interès per la noció d'*estil de vida* s'ha revitalitzat i el seu ús s'ha tornat a estendre en diverses disciplines de les ciències socials.

Reimer apunta algunes de les causes amb les quals s'explica aquesta reaparició del concepte: 1) el procés d'individualització de la societat fa que les imposicions socials de les formes estètiques es dilueixin una mica i els individus tinguin més capacitat (i obligació) d'elecció; 2) l'aparició d'una nova classe mitjana amb uns nivells de consum alts i una indeterminació gran crea una situació nova; 3) com també és nova la indeterminació accentuada de la joventut, un sector que cobra existència pròpia; 4) la discussió de la postmodernitat fa que conceptes de l'àmbit del consum cobrin més importància davant dels referits a l'àmbit de la producció; 5) l'anomenada *esteticització* de la vida quotidiana fa que en la vida dels individus l'estètica cobri cada cop més importància; 6) i finalment la publicació el 1979 del llibre *Distinction*, de Pierre Bourdieu, que ha esdevingut un punt de referència inevitable per escriure sobre els estils de vida (s'estigui a favor o en contra, no es pot ignorar). (Fornäs i Bolin, 1995, p.122-23)

Mike Featherstone (1991, p.83) també analitza el punt àlgid de la noció d'*estil de vida* i adverteix que mentre el significat sociològic fa referència als estils distintius de grups d'estatus específics, en la cultura de consum contemporànea (que coincidiria amb la visió del sentit comú que hem analitzat a la primera part) connota més aviat individualitat, auto-expressió i auto-consciència estilística. Les preferències pel que fa al propi cos, roba, parla, oci, menjar, beure, casa, cotxe, etc. es consideren indicadors de la individualitat del gust i de la sensació d'estil del propietari/consumidor. En oposició a aquesta percepció lligada a la sensació d'estil personal, que és la que hem analitzat al començament de tot, en termes sociològics —tal i com diu Reimer— respondria més aviat al gran interès per veure

com els individus, en el marc d'una determinada estructura, actuen en la vida quotidiana. És a dir, com aquells individus amb diferents precondicions socials, culturals i estètiques escullen camins d'acció relacionats els uns amb els altres. L'estil de vida es pot definir com *la pauta específica de les accions quotidianes que caracteritza un individu*. Cada estil de vida és únic i individual, però a la vegada s'orienta cap a allò comú i social, ja que cada individu escull l'estil de vida en relació a l'altra gent. Uns quants individus escolliran estils de vida bastant similars que els distingeixin d'altres individus (que a la vegada poden tenir estils de vida similars entre ells). És a dir, que fa referència més a les similituds i diferències entre grups que no entre individus. Un estil de vida, per tant, té una vessant substantiva, de contingut, i una altra relacional (de diferenciació/identificació). (Fornäs i Bolin, 1995, p.124-25)

En aquest sentit Pierre Bourdieu superposa el que ell anomena espai social (jeràrquicament estructurat segons el *volum de capital*, tant econòmic com cultural i social) i camp dels estils de vida, mentre que la tradició dels *Cultural Studies* fa el mateix però amb la classe social (Fornäs i Bolin, 1995, 131). La noció d'estil de vida és, per tant, la que ens pot permetre integrar les tres parts del treball: la idea de gust com a gust individual, com a gust grupal i com a gust inserit en l'estructura social.

Ara bé, com Featherstone s'encarrega de plantejar, a partir de la generació posterior als anys 60 la segmentació de la cultura de consum ha fet cada cop més fàcil l'elecció (cada cop més oberta). En part la moda ha estat substituïda per les modes, i les normes per les eleccions. Portat al darrer extrem, i aquesta és la postura postmoderna, això podria significar que estem anant cap a una societat sense grups d'estatus fixos, en la qual l'adopció d'estils de vida (manifestat en l'elecció de la roba, el lleure, els béns de consum, etc.) lligats a grups fixos quedaria enrera. (Featherstone, 1991, p.83). La pregunta és, per tant, si els individus utilitzen els béns de consum com a signes culturals en lliure associació per produir un efecte expressiu en un camp social on les velles coordenades estan desapareixent ràpidament, o si el gust pot ser encara adequadament *llegit*, reconegut socialment i ubicat en l'estructura social. Featherstone ho resumeix en la pregunta *¿el gust encara classifica el classificador?* (Featherstone, 1991, p.83).

Si es treballa a partir de Bourdieu, assegura Featherstone, s'argumentarà que la nova concepció de l'estil de vida es podrà entendre millor en relació a l'*habitus* de la nova petita burgesia, que com a fracció de classe en expansió preocupada per la

producció i disseminació de la informació i l'imaginari de la cultura de consum, està interessada en estendre i legitimar les seves pròpies disposicions i estils de vida (Featherstone, 1991, p.84).

GUST, 'HABITUS' I CONEIXEMENT PRÀCTIC

Amb Veblen primer i la introducció de la noció d'*estil de vida* hem fet un pas més en el procés argumentatiu: hem introduït el gust a l'estructura social jeràrquica i ens hem apropiat d'un concepte útil per manejar-nos entre aquest anar i venir de l'individu al grup i a l'estructura social. Ara farem un pas més, que consisteix a introduir la perspectiva de Pierre Bourdieu, que des de que el 1979 publicà *Distinction* ha despertat grans admiradors i visceralment detractors i, per sobre de tot, ha centrat gran part del debat en la sociologia del gust i la cultura.

Espai social i 'habitus'

Un dels conceptes importants en l'obra de Bourdieu és el d'espai social. Un individu se situa en l'«espai social» no només pel «volum» del seu capital, sinó també per l'«estructura» d'aquest capital. Amb això Bourdieu vol dir que tot i que tan un empresari com un artista poden formar part de les «classes dominants» (amb un volum de capital similar), un ho fa gràcies al seu capital econòmic (tenint-ne poc de cultural) i l'altre gràcies al seu capital cultural (tenint-ne poc d'econòmic). Tenen, per tant, un volum de capital similar, però amb una «estructura» totalment oposada. A banda del capital econòmic i cultural, en aquesta estructura de capital també hi entra el capital social, però en l'anàlisi que fa a *Distinction* no el desenvolupa com els altres.

Bourdieu també dóna molta importància, a part del volum i l'estructura del capital, a la «trajectòria» en el temps d'aquestes dues propietats. La mobilitat social, ascendent o descendent, rep, d'aquesta manera, l'atenció teòrica que per Bourdieu mereixen, amb la qual cosa es «capturen» fenòmens socials com el dels «nous rics», el dels «vinguts a menys», o els de les noves classes mitjanes.

L'espai social, que localitza els individus segons el volum, l'estructura i la trajectòria del seu capital, atorga a cada posició un *habitus* propi. Què és un *habitus*? Bourdieu el defineix com el principi que genera pràctiques que es poden percebre com a pròpies d'una o altra classe social (enclassables) i a la vegada el sistema que jutja aquestes pràctiques com pròpies d'una o altra classe

(enclassement) (Bourdieu, 1988, p.169). Cada classe, cada posició a l'espai social, té un *habitus* que ordena les pràctiques i la percepció de les pràctiques. L'*habitus*, per tant, fa percebre un tipus de pràctiques com a «refinades», altres com a «grolleres», i unes altres com a «adequades», segons quina pràctica i quin *habitus* sigui el que les jutgi. Aquest concepte és central per a la seva anàlisi del gust, ja que si l'*habitus* ordena les pràctiques i la percepció d'aquestes —si l'*habitus* ordena el gust—, i l'*habitus* és producte de cada posició que es pot ocupar en l'espai social, llavors és un concepte que, lluny d'aquell gust individual de què partíem al principi, ens permet analitzar el seu component social en el marc d'una estructura jeràrquica de diferents classes. Amb això també defuig la visió ahistòrica de Tajfel i Turner, que desenvolupaven la seva teoria amb una noció de grup psicològic abstracte, sense relacions socials de dominació ni estructures socials en joc. L'*habitus*, a diferència de la teoria de la categorització del jo de Tajfel i Turner, fa referència a «un conjunt de relacions històriques «dipositades» en els cossos individuals en forma d'esquemes mentals i corporals de percepció, d'apreciació i d'acció» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.24).

Així, per tant, l'*habitus* és producte de l'estructura social, de les diferents posicions en l'espai social, i a la vegada és causa d'aquesta estructura social: col·labora a perpetuar la construcció d'aquest espai social en una estructura jeràrquica, ja que fa que es *marquin les distàncies*, que la percepció de pràctiques alienes com a *diferents* aconsegueixi que aquestes distàncies efectivament es mantinguin. En el marc de la teoria de la categorització del jo de Tajfel i Turner, l'*habitus*, com a esquema mental, com a principi de divisió en classes lògiques, seria allò que ens permetria percebre persones *diferents* com a corresponents a grups *diferenciats*, allò que faria evident que un obrer és molt diferent a un empresari, i allò que —a la vegada— faria que un obrer actués com un obrer (i per tant continués essent un obrer) i un empresari com un empresari. És allò que ens permetria saber, quan percebèssim la societat, quin és el nostre endogrup i quin és l'exogrup.

El gust és la propensió i aptitud per l'apropiació material i/o simbòlica, és considerada la fórmula generadora, que és la base de l'*estil de vida*. La plasmació del gust és un *mutu ajust* de totes les característiques que van associades a cada persona i que es donen suport entre elles, tal i com expressa Bourdieu amb la frase *distribució harmònica de les redundàncies* (Bourdieu, 1988, p.173).

El gust està desigualment distribuït en l'espai social, i això fa que sigui un

element molt important en l'ordenació d'aquest espai social. A partir d'un sistema d'oposicions relacionades amb el gust retallem la realitat i hi col·loquem a la resta de la gent i a nosaltres mateixos: *bast/fi*, *vulgar/distingit*, etc. (i fins i tot —malgrat que el significat canvia segons l'espai geogràfic i social—, també català/castellà, *pijo/quillo*) són sistemes de classificació antinòmics que ens ajuden a situar els diferents gustos en l'espai social. Segons Bourdieu les pràctiques i béns associats a aquestes pràctiques s'organitzen d'acord amb unes estructures d'oposició perfectament homòlogues entre sí, perquè són totalment homòlogues de l'espai de les oposicions objectives entre les condicions (Bourdieu, 1988, p.175). Cada ús singular d'aquestes parelles de qualificatius —sigui per la forma de parlar o per la forma de caminar, sigui per la forma de menjar o la forma de ballar— pren un sentit en relació amb un univers de discurs cada cop diferent, implícit gran part de les vegades. Però cadascuna de les parelles especificades per l'ús té com a harmònics, segons Bourdieu, tots els altres usos que podria tenir i també totes les altres parelles que poden substituir-la. Així, per tant, a través d'infininitats de detalls (l'escola, els objectes, el llenguatge, etc.), l'ordre social s'inscriu progressivament a les nostres ments. Els límits «objectius», externs, es van convertint en *sentit dels límits*. I aquest sentit dels límits implica, paradoxalment, l'oblit dels límits. Per entendre aquesta paradoxa caldrà parar atenció al concepte de «coneixement pràctic».

Coneixement pràctic

El *sentit dels límits* (que com hem vist anem adquirint a través d'una infinitat de detalls redundants entre ells) no és un coneixement explícit, sistemàtic o conscient, sinó un coneixement *pràctic*. El sentit de l'espai social, com qualsevol altre sentit pràctic, es refereix sempre a la situació particular en la qual cal orientar les pràctiques (Bourdieu, 1988, p.484). És un coneixement, per tant, lligat a una «situació determinada» i no necessàriament conscient. Pensem, per exemple, quan hem d'explicar a algú com anar a un lloc que coneixem: podem saber perfectament com anar-hi, però ens pot ser extraordinàriament difícil explicar com arribar-hi. Ens costarà saber a quin semàfor s'havia de girar a la dreta, o quants carrers després d'aquella corba calia girar a l'esquerra. I això perquè el coneixement que tenim (tan real com qualsevol altre) és un coneixement lligat a un context, a una situació particular, que no ha d'implacar necessàriament un «coneixement sistematitzat» dels noms dels carrers, del mapa de la ciutat o de la forma com sabem arribar efectivament a casa: ho sabem i ja està! No cal saber explicar-ho, ja que és un coneixement «pràctic». Quan ens trobem en la situació *sabem perfectament* quan

hem de girar, però si ho hem d'explicar, segurament tindrem problemes —i dels grossos— per fer-ho: «Quan passis un edifici de color... marró, em sembla que marró, llavors gira a la dreta, i tres semàfors després... no, no, quatre semàfors... ¿o són tres?...». En les entrevistes que hem fet als nens i nenes de Terrassa, és molt habitual que els entrevistats, quan comencen a explicar alguna cosa, es trobin amb què no poden perquè no ho tenen clar. Ho saben, però no ho saben explicar. Això passa perquè el que saben no és un coneixement sistemàtic sinó pràctic.

Així, per tant, l'*habitus* és un «coneixement sense concepte», és a dir, un coneixement normalment no tematitzat, no formulat, implícit, però ben eficaç i poderós (precisament per aquest caràcter implícit). Podríem dir que sabem moltes més coses de les que creiem saber. El nostre cos, el nostre sentit de l'orientació en les més diverses situacions socials ens guia sovint correctament perquè tenim incorporats tots aquests sabers pràctics inscrits en l'*habitus*: qui és un «*pijet*» i qui un «*quillo*», qui està a dalt i qui a baix (qui «va de superior» i qui «te ràbia»), quan estic *on em toca* o quan alguna cosa *no és per mi*, etc. I aquesta organització de l'espai social en un a dalt i un a baix es fa subtilment, a partir de parelles d'antònims, que ajuden a conformar les *estructures cognitives* que el·laborem els agents per conèixer pràcticament el món, i que no són sinó unes *estructures socials incorporades*. Les estructures socials incorporades que es comencen a objectivar, a fer sòlides i objectives, en les parelles d'adjectius antagònics que utilitzem normalment per classificar i calificar les persones o els objectes en els camps més diversos de la pràctica, i que tenen com a principi l'oposició entre una «elit» de dominants i la «massa» dels dominats (Bourdieu, 1988: p.479).

Això és molt important, perquè allò «fi», allò «rude», allò «blanc» o allò «negre», allò «cristal·lí» o allò «fosc», allò «net» o allò «brut», totes les parelles d'adjectius antagònics poden ser una primera objectivació d'aquesta divisió entre dominants i dominats. Cada utilització singular d'aquestes parelles de qualificatius només té sentit en relació a un univers de discurs que és diferent cada cop, implícit la majoria de les vegades, però cada ús d'aquestes parelles és harmònic als altres usos possibles, i també a les altres parelles que la poden substituir (Bourdieu, 1988: p.481).

Aprenentatge i oblit dels límits

Aquest caràcter pràctic, no sistemàtic, del sentit dels límits, és el que fa que l'aprenentatge dels límits comporti a la vegada un oblit dels límits, i que per tant

sigui difícilment controlable. Aquest coneixement pràctic és un coneixement no de la ment racional occidental i moderna sinó del cos, de les sensacions. La recent sociologia del cos, en la seva pretensió de fer bocins la dualitat cartesiana entre ment i cos, nega la viabilitat de distingir entre un i altre, ja que qualsevol activitat de la ment no és ni pura ni independent del cos (i d'aquest coneixement pràctic del qual parla Bourdieu), ja que qualsevol existència humana s'encaixa en el món a través del cos, i incorpora el món al seu cos (encossament). Mick Crossley, per exemple, reivindica treballar a partir de la filosofia de l'encossament de Merleau-Ponty i repensar així la percepció més enllà de la visió cartesiana (o mentalista) i resoldre així els problemes que aquesta no pot solucionar. Crossley reivindica principis de Merleau-Ponty com que la percepció no és una representació interior d'un món exterior, sinó que succeeix més aviat en el món que no pas en la ment. O com el rebuig a la noció de separació entre la percepció de la ment i la del cos. Per Merleau-Ponty ambdues són inseparablement sensorials i significants (Crossley, 1995, p.46). L'argument de la sociologia del cos és, en definitiva, el següent: portem un segle fent sociologia parlant de les actituds, de les intencions, dels desitjos, de les accions i dels rols, però ningú parla de si aquestes actituds, intencions, desitjos, accions, rols i altres són d'un home lleig i olfactivament desagradable, d'una dona alta i desmesuradament grossa, d'un home despampanant o d'una dona àrab extraordinàriament bonica. És obvi que aquests tipus de cossos, segons les situacions, intervindran en la conformació de les intencions, actituds, desitjos, accions, rols i altres, i per tant caldria tenir-los molt més en compte en la sociologia.

'LA DISTINCIÓ'

Un cop hem introduït ràpidament els principals conceptes del seu marc teòric, veiem què s'amaga a la *Distinction*. La intuïció que hi ha darrera de *La distinción* (Bourdieu, 1988) és la de fer un estudi sociològic del que Marcel Proust anomena l'art infinitament variat de marcar les distàncies. A *La distinción*, Bourdieu analitza com l'*habitus* determina els gust de tal forma que aquest mantingui les distàncies (les distincions) entre classes socials. Així, per exemple, quan una noia diu «no entenc com a algú li pot agradar anar maquillada així!», és possible que sota l'aparença d'un «gust personal», «essencial», «natural» i «individual», el que estigui fent en realitat és «distingir-se» d'una noia amb un *habitus* diferent (degut a que ocupa una posició diferent a l'estructura social).

L'autor adverteix que no existeix herència material que no sigui a la vegada una herència cultural, i aquesta herència cultural esdevé fonamentalment *habitus*, que inclou el *gust i el disgust* davant dels fets més quotidians (davant d'una manera de vestir, d'un producte artístic, d'una manera de parlar i de menjar). I aquest gust i aquest disgust són els que ens permeten *distingir-nos dels altres*, els que ens permeten reconèixer aquells que són *com nosaltres* i aquells que són *diferents*, i a més de forma natural, pràctica (el coneixement pràctic del qual parlàvem abans). L'*habitus* és com el substracte, rebut en la socialització, que no és mai objecte de conversa però que és el motor orientador de la majoria de les converses: «a mi m'agrada això», «això és hortera», «això no és per nosaltres». L'*habitus*, per tant, és allò que ens permet tenir un *sentit dels límits* a la vegada que ens fa *oblidar aquest límits* (degut al seu caràcter no sistemàtic, no necessàriament conscient).

I aquests *límits* són els límits de l'estructura social, amb la qual cosa les percepcions subjectives del món són, en realitat, «estructures socials incorporades». Les estructures objectives (la distribució de riqueses i poder en la societat) esdevenen estructures cognitives. És d'aquesta manera que els límits socials esdevenen, en la consciència, «sentit dels límits». Les barreres entre les classes socials passen a formar part dels «repertoris de coneixement» a través de mecanismes de socialització de vegades ben subtils (com expressions del tipus «això no és per a nosaltres», «aquella noia juga a ser una altra cosa que no li escau», «aquest és un nou ric», etc.). Un exemple de com les barreres socials esdevenen «barreres cognitives» és l'aversion entre estils de vida diferents, una de les barreres més fortes entre classes. L'homogàmia, el matrimoni dintre d'una mateixa classe social, ho testifica clarament (Bourdieu 1988, p. 54).

L'*habitus* d'un grup social conforma el tipus de pràctiques que es poden esperar com a més típiques d'aquell grup. L'*habitus* és a la vegada receptiu —en el sentit que estructura les percepcions— i actiu —perquè estructura les accions. Com diu l'autor a les conclusions, els esquemes de l'*habitus* orienten les pràctiques, amaguen valors, apreciacions i gustos fins en els gestos més petits (moviments de les mans, manera de caminar, etc.). L'*habitus* orienta els individus cap al «sentit d'allò que em pertoca» (sentit del límits). Implica —afirma Bourdieu— una valoració anticipada del lloc que un ocuparà en l'estructura social.

LA DINÀMICA DELS CAMPS

Bourdieu no parla de societat sinó de camps de joc. Una societat diferenciada no

forma una totalitat integrada, sinó que constitueix un conjunt d'esferes de «joc» o camps relativament autònoms, no reduïbles a una lògica única, ja sigui la de la modernitat o la del capitalisme. Cada camp (el camp econòmic, familiar, polític, universitari, artístic, etc.) prescriu els seus valors particulars, i té els seus principis de regulació. En ells els agents lluiten en funció de la posició que hi ocupen i de les espècies de capital que tenen per jugar-hi, tot intentant alhora conservar-ne (o canviar, és clar) les fronteres i les regles de joc.

El concepte de camp s'ha d'entendre com a molt lligat al d'*habitus*. El camp estructura l'*habitus*: la necessitat immanent d'un o de diversos camps s'incorpora a l'*habitus*, que n'és el resultat, fins al punt que si tenim necessitats de diferents camps que són discordants entre ells, poden portar —en incorporar's-hi— a *habitus* dividits o desestructurats. Però, d'altra banda, l'*habitus* fa que el camp esdevingui «món significant», dotat de sentit i valor, en el qual l'individu pot percebre que hi val la pena invertir energies. El camp es fa intel·ligible a través de l'*habitus*, perquè precisament aquest camp ha constituït les categories que fa servir l'*habitus* per entendre el camp.

Retornant a exemples que hem vist fins ara, la representació d'un rol correspondria aproximadament en aquest esquema a l'aprenentatge de les regles d'un camp, i la interiorització d'un rol correspondria a l'encossament de l'*habitus* del camp (mantenir el distanciament de rol voldria dir no incorporar l'*habitus*: com el noi entrevistat que, provinent d'un ambient predominantment obrer, quan s'insereix en una escola privada amb companys radicalment diferents té por de «tornar-se com ells» (tot i estar jugant en una camp de joc i estar seguint les regles, vol lluitar per no incorporar el seu *habitus*, per no canviar).

L'homologia dels camps

L'homologia dels diferents camps (per exemple, entre el camp de l'oci juvenil i el camp escolar) és la semblança que podem establir entre ells, no al nivell de les aparences, sinó de les estructures i, concretament, de la manera com els camps estructuren els *habitus*⁹. Efectivament, si situem el concepte d'*habitus* al costat del concepte de camp i els entenem com a dialècticament relacionats, veurem com adquireixen un caràcter dinàmic que per ells sols no tenen. I encara més si també hi

⁹ Encara que el caràcter dialèctic de l'anàlisi de Bourdieu, en el qual l'*habitus* és estructurat i estructurant a la vegada (per i de l'estructura social), fa que, en un altre sentit, els *habitus* també estructurin els camps (a part de ser estructurats per ells).

barrejem la noció de «diferents tipus de capitals», ja que si —tal i com dèiem abans— els camps tenen les seves pròpies «regles de joc» i en cada camp concret les diferents espècies de capital no tenen el mateix valor —ni poden «entrar en joc» de la mateixa manera—, l'*habitus*, que permet jugar sense saber que es juga, és la manera de fer jugar els capitals en cada camp per treure'n més profit.

Existeixen diferents mecanismes per mitjà dels quals apareixen homologies entre diferents camps socials. Un d'aquests és el que consisteix en el fet que els individus, en entrar a jugar en un camp nou, d'entrada apliquen els coneixements i els «instints de jugador» (un bon sinònim d'*habitus*) adquirits en altres camps. Per això Bourdieu diu que les pràctiques que genera l'*habitus* són redundants: es reforcen unes a les altres, malgrat ser pròpies de diferents camps socials. A més resulta probable que, atesa la divisió de la societat en dominants i dominats, aquells que han aconseguit imposar unes regles de joc —així com la preeminència d'un cert tipus de capital— en uns certs camps, a l'hora de «lluitar» en altres camps aconsegueixin imposar regles de joc i capitals, si no iguals, al menys «homòlegs».

DOMINANTS, DOMINATS I LLUITES

Tot aquest aparell teòric s'utilitza en una relació conflictiva i jeràrquica entre els diferents individus i grups socials. Com Veblen, Bourdieu desenvolupa la seva anàlisi a partir d'aquest punt de vista.

La lluita dels enclassements

Enclassements són tots els actes cognitius de valorar el món, la realitat (o la part més petita d'aquesta), tots els actes de classificar aquesta realitat a través de les categories que ens subministra el nostre coneixement pràctic. Enclassement, valoració i judici són, des d'aquest punt de vista, actes molt propers.

Bourdieu obre la porta a una visió subjectivista, individualista i fins i tot voluntarista de la realitat social, quan diu que aquests enclassements no venen donats des d'un inici, i que per tant no queden inamovibles des d'un determinat moment, sinó que són objecte d'una lluita constant. És a dir, que les lluites i negociacions al nivell de l'estructura objectiva de la realitat tenen el seu correlat en les lluites per fer vèncer una determinada manera de categoritzar la realitat. Aquesta lluita per categoritzar la realitat té a veure amb la lluita per definir la

situació que hem descrit més amunt.

Estratègies de distinció

La tesi central de *La Distinción* és que les diferents classes socials, i especialment la classe dominant, es «distingeixen» i busquen, conscientment o inconscient, aquesta distinció respecte les altres classes. A més, aquesta distinció es busca i es produeix fins i tot en els àmbits més insospitats de la vida quotidiana. I encara, aquests àmbits, pel que tenen d'aparentment «espontanis», «naturals» (com la manera de caminar, el to de veu, la manera de seure a taula i menjar, etc.) són més propicis per a una distinció que «pretén» fonamentar-se en criteris essencials, realment existents, amb independència de les arbitrarietats pròpies dels jocs de poder dins la societat. Podríem dir que en la classe dominant hi ha una mena d'ideologia, més o menys explícita, que legitima les diferències socials fonamentant-les en diferències en l'«essència» mateixa de les persones. El camí recorregut des del començament del llibre fins ara es podria considerar, des d'aquest punt de vista, com una fugida d'aquesta ideologia.

Si aquesta ideologia ha quedat obsoleta en àmbits com les jerarquies nobiliàries —que donaven un estatut diferent a tota la persona—, roman en àmbits com ara el «gust estètic». Segons aquesta ideologia, el gust «es té o no es té». Es vincula a una mena de capacitat d'apreciar els valors immaterials en allò material, de trobar allò espiritual en les coses aparentment més vulgars. Es vincula també amb la capacitat de distanciament respecte als significats més evidents de les coses. És la capacitat de reflexionar allà on els altres (els de les classes dominades) només «senten», amb immediatesa, allò que la realitat ofereix.

Per això el llibre de Bourdieu és una crítica dels essencialismes. Bourdieu vol penetrar, amb les eines crítiques de la sociologia, allà on certs tipus de pensament creien poder-hi mantenir un lligam «ontològic» amb certes «veritats universals», independents de les determinacions històriques i socials.

ESTRATÈGIA I HABITUS

L'expressió «estratègies de distinció» i l'ús que fa Bourdieu de la paraula «estratègia» no ens ha de portar a la malinterpretació: Bourdieu parla en el marc de la noció l'*habitus*, que es caracteritza per ser un coneixement eminentment pràctic. Estratègia, per tant, no ha de ser necessàriament (encara que ho pot ser) conscient i racional. És més, Bourdieu critica qualsevol sociologia que es fonamenti en la idea de racionalitat o intencionalitat.

Loïc J.D. Wacquant afirma que la utilització, per part de Bourdieu, del concepte d'«estratègia», està totalment deslligada de les nocions d'«intenció» i «perspectiva conscient». Creu que fer-ho seria transformar «una acció *congruent amb* certs interessos i potencialment activada en una conducta racional organitzada i deliberadament dirigida cap a objectius percebuts amb claredat.» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.30). L'economia de la pràctica de Bourdieu no és ni intencionalista ni utilitarista, i es contrària al finalisme de les filosofies de la consciència com el que és propi de l'elecció racional. Bourdieu defensa la noció d'interès (encara que actualment prefereix utilitzar el terme *illusio*), que s'oposa a la de gratuïtat, de desinterès i d'indiferència, de *passar*. Però Bourdieu creu que aquest interès és oposat al de la teoria de l'elecció racional, ja que interpreta que no és transhistòric i universal com el de la teoria utilitarista. Segons ell la teoria de l'elecció racional fa una universalització inconscient de la forma d'interès específic pròpia de l'economia capitalista (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.93). Aquest punt implica un intent de ruptura de Bourdieu amb tota una perspectiva amb la qual no està d'acord, i que té moltes similituds amb aquella ruptura que més amunt hem vist que proposa la sociologia del cos.

Habitus i racionalitat

Aquesta ruptura s'orienta especialment contra tota la tradició en ciències socials que es fonamenta en el supòsit de l'acció racional dels individus. Raymond Boudon (1981), des d'aquesta tradició a la qual Bourdieu diu que s'oposa frontalment, concep l'existència de racionalitat en l'acció social —igual que Weber— com un «cas límit», com un extrem d'un *continuum* a l'altre costat del qual hi trobaríem l'acció determinada socialment de forma *mecànica*, a través de les normes socials.

Bourdieu, però, creu que aquest punt de vista és erroni i exigeix prendre en

consideració una altra noció de l'acció social: «Reduir l'univers de les formes de conducta a la reacció mecànica o a l'acció intencional, és fer impossible l'esclarament de totes les pràctiques que són raonables sense haver de ser el producte raonat i, encara menys, d'un càlcul conscient» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.97). Aquest tercer tipus al que fa referència Bourdieu i en el qual està interessat seria aquest instint ni mecànic ni intencional que guia moltes accions del futbolista enmig d'un partit, aquest instint que li permet fer una jugada magistral o senzillament «adequada». Aquesta analogia és la que descriuria la seva concepció del que és l'acció social.

Això implica dues preguntes: en primer lloc si aquest tercer tipus d'acció és realment un tipus d'acció diferenciada, fora del *continuum*, o si en canvi no és sinó un punt intermedi on determinació normada i intenció es barregen difosament. I, en segon lloc, si aquest tipus d'acció és tan important com per estructurar una perspectiva sociològica o si, pel contrari, faria referència a un dels elements que poden intervenir en l'acció social, i per tant conformaria un mecanisme més d'explicació. És a dir, gestà justificat el menyspreu de Bourdieu a la sociologia basada en l'acció intencional?

Respecte la primera pregunta, Boudon adverteix que la resposta actual al problema de la racionalitat s'allunya de les de Weber i Pareto, als quals *retreu* que les seves conceptualitzacions suggerissin l'existència d'una espècie de dualisme dels comportaments humans difícilment concebible avui dia i que, per això, s'intenta superar. Aquesta distinció no existeix, sovint, més que en la ment de l'observador (Boudon, 1981, p.31). Per Boudon la sociologia moderna tendeix a borrar la distinció entre accions lògiques i no lògiques, i més aviat apunta cap a una teoria general de l'acció que consideraria les accions lògiques, com ja hem vist, com una espècie de cas-límit (Boudon, 1981, p.215) —de fet, Max Weber també tenia molt clar que les accions racionals eren un cas límit (Weber, 1969, p.18)—. Bourdieu, però, no entra en diàleg amb aquesta línia d'argumentació perquè ell pretén, amb la seva noció d'*habitus*, trencar amb aquesta tradició. La diferència potser rau en el fet que davant l'oposició entre acció normativa i acció anticipativa, Bourdieu defensa, amb la seva noció d'*habitus*, una concepció d'hàbit que, com en Dewey, és «entès no com a habitud repetitiva i mecànica, sinó com a relació activa i creadora amb el món» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.99-100).

Autonomia

Aquesta pol·lèmica ens pot permetre relacionar l'oscil·lació teòrica que hem fet des d'un individu «autènticament personal» i «autònom» del sentit comú fins a l'individu de Bourdieu, decidòriament condicionat, amb la idea d'«autonomia», tan important en la tradició occidental.

Des de la perspectiva de Boudon podem concebre que l'acció social passa per dos filtres: el primer filtre és el dels determinants estructurals (l'entorn i el sistema d'interacció, així com les coercions representades pels recursos cognoscitius i econòmics: recursos disponibles, normes internalitzades amb la socialització, etc.), que de vegades deixa a l'individu prou «autonomia» (en *no marcar prou clarament* quin és el camí que ha de prendre l'acció) com perquè entri en joc un segon filtre, el de l'anticipació, el de la racionalitat maximitzadora del resultat, el de l'elecció racional, el de l'acció amb intenció, aquesta intencionalitat que va associada a la capacitat de consciència i a la capacitat de preveure els estats possibles del món i que rarament es dona de forma absolutament perfecta. Bourdieu deslegitima una perspectiva d'aquest tipus al·legant que aquest tipus d'acció és un cas extrem provocat o bé per èpoques de crisi i confusió o per la reflexivitat de la sociologia. Ell se centra en un tipus d'acció diferent, la producte de l'habitus, del coneixement pràctic, del joc social. No és ni estrictament normada ni intencional, *sinó més aviat el contrari*: és a dir, que posa en dubte la validesa de la pròpia dicotomia entre acció normada i acció intencional.

Això implica que les nocions d'«autonomia» que descansen a la base d'un i altre enfoc teòric siguin molt diferents. Per Boudon, els éssers humans no estem ni regits completament per normes i determinants socials ni tampoc som totalment autònoms. Bourdieu, en canvi, rebutja situar-se en aquest *continuum*, ja que defensa una sociologia que posa en dubte el propi *continuum*. El seu marc teòric descriu un entramat de determinacions que, malgrat tot, no ens aboquen a la total heteronomia (manca d'autonomia) sinó que ens deixen un cert grau d'autonomia. A *Per una sociologia reflexiva* sembla apuntar dos focus d'autonomia: la relació creativa dels actors amb les seves disposicions, d'una banda, i el caràcter reflexiu de la sociologia i el pensament relacional, de l'altra.

Efectivament, davant d'una perspectiva que, centrada en la noció de racionalitat i anticipació, atorga sempre un marge d'elecció a l'individu, Bourdieu nega que el seu sigui un model oposat, nega que sigui un model determinista, i afirma que la

relació de l'agent social amb el món social és creadora, no merament mecànica. En segon lloc, a més, sempre hi hauria la possibilitat de la reflexivitat. La diferència respecte Boudon, pel que fa a l'autonomia en l'acció social, potser seria que mentre aquell fixa l'«autonomia» com un tret inherent a l'agència social producte de la combinació entre determinació cega i elecció anticipativa, Bourdieu creu que l'autonomia és producte o bé de la relació creadora de l'agent amb el món social (no necessàriament «racional», sinó més aviat producte del que ell anomena *el sentit del joc*), o bé de l'autoconeixement, de la reflexivitat d'un mateix que permet escapar de la part de determinació que hi ha en l'*habitus*. Per Bourdieu els agents només poden esdevenir subjectes si dominen conscientment la relació que mantenen amb les seves disposicions, que serà quan podran elegir entre deixar «actuar» les disposicions o sotmetre-les.

Així, mentre Boudon creu que els determinismes socials deixen marge a l'acció anticipativa (a causa de la indeterminació inherent, per diverses raons, a les mateixes normes), Bourdieu creu que l'acció social, a no ser que se sotmeti a un *control o una anàlisi reflexiva de les disposicions*, és producte de la determinació, encara que és una determinació no mecànica, no només normada, sinó que també deixa espai a la creació (però no de forma racional sinó a través d'aquest *habitus* intuïtiu). Bourdieu maneja, per tant, una noció d'autonomia clàssica, la pròpia dels filòsofs de l'Antiga Grècia, que assimila autonomia a «autoconeixement». Boudon, en canvi, difereix aquest debat —la qual cosa no implica que en critiqui la seva utilitat— i opta per partir d'una noció d'autonomia diferent, que abarca totes aquelles accions socials en les quals l'agent anticipa en menor o major grau els estats futurs del món i elegeix entre estratègies d'acció diferents (aquelles estratègies que els determinismes socials mostren com a possibles). D'aquesta manera, amb aquest reduccionisme, prova d'extreure proposicions generals a partir de fets singulars¹⁰, proposicions generals que intenten explicar l'aparició de macroestats a partir de decisions individuals, que és el focus i la riquesa de la seva sociologia.

Bourdieu, en canvi, enlloc de perseguir la reducció de les constriccions informatives en aquesta transició entre decisions individuals (microestats) i macroestats col·lectius, atorga a la sociologia un altre paper: com explica

¹⁰ Weber també veia en l'orientació metodològica a la interpretació racional l'aventatge de poder establir una relació racional entre fins i mitjans que és accessible de forma específica a una *consideració causal generalitzant* (Weber, 1985, p.152).

Wacquant, Bourdieu, en el marc del projecte durkheimià intensament preocupat per la significació moral i política de la sociologia, vehicula un missatge moral a dos nivells. D'una banda «fer possible l'emergència històrica d'alguna cosa com ara un subjecte racional a través de l'aplicació reflexiva del saber de les ciències socials» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.41), i de l'altra «desnaturalitzar i desfatalitzar el món social, és a dir, destruir els mites que disfressen l'exercici del poder i perpetuen la dominació» (Bourdieu i Wacquant, 1994, p.41). Bourdieu proposa pensar «relacionalment» per escapar així de la forma «realista» de pensar. Bourdieu convida a no creure en «realitats», en «essències» objectives, a veure la realitat més aviat com una construcció social (en el sentit de Berger i Luckmann), amb la qual cosa quan analitzem una institució o una acció social cal que la situem en l'entramat de camps (i *relacions*) que li donen forma. Així, a través d'aquesta —lenta i laboriosa— construcció de l'objecte d'estudi (entès ell mateix també com una construcció), podrem obtenir un coneixement més valuós, aquell coneixement reflexiu que ens permetrà conèixer les implicacions de les nostres pròpies disposicions (i per tant, si ho considerem convenient, lluitar-hi). Aquell coneixement, en definitiva, que ajudarà a portar a terme l'acció moral.

Boudon, en canvi, en manejar una noció diferent d'autonomia que abarca tota acció que no està completament normada socialment (i que per tant deixa en un segon pla —malgrat que no el desestimi— l'autoconeixement), dona pas a una perspectiva sociològica molt diferent. La sociologia de Boudon ja no ha de permetre l'autoconeixement profund de les pròpies determinacions en forma d'*habitus*, sinó, a partir d'un presupòsit reduccionista d'acció racional maximitzadora, parar atenció a l'acció social dels individus (com a combinació de determinació i autonomia) i la seva agregació: Com és un determinat sistema d'interacció social? Porta a conseqüències no buscades pels agents? Porta a la reproducció social? Porta a un canvi intencional? Porta a un canvi no buscat? Des d'aquest punt de vista, Boudon considera que el que Bourdieu anomena *habitus* no és sinó el mecanisme de «les maneres de ser», a la vegada similar i diferent a la clàssica interiorització dels valors), que és necessari tenir en compte per explicar la irracionalitat d'alguns comportaments (Boudon, 1981, p.226-27), però que tot i que de vegades constitueix una variable important en la representació de l'acció, no és més que una de les variables d'un model més complex.

DOMINATS, DOMINANTS I LA TESI POSTMODERNA

Una altra tesi de la *Distinction* és la del paper actiu, impositiu i dominador de la classe dominant en el camp estètic (malgrat que, això sí, el model de Bourdieu atorga certa autonomia als diferents camps). O, dit d'una altra manera, la tesis segons la qual el gust de les classes dominades és un gust dominat, que només es posiciona davant de les «innovacions» —que sempre provenen de les classes dominants— (Bourdieu 1988, p. 38) i que només és capaç de menysprear el gust de les classes dominants en termes extra-culturals com la virilitat, titllant la cultura burgesa d'afeminada (Bourdieu, 1988, p. 99). El qui domina defineix allò legítim en funció del que ell fa i del que és el seu gust, i ho fa amb la mateixa seguretat amb què ho defineix (encara que ho camufli amb tot tipus de raonaments).

Aquesta tesi és una de les que ha estat més criticades, ja que implica la negació d'una certa autonomia dels altres habitus, implica la negació d'una certa lògica autònoma. Implica una jerarquia rígida —com la que proposava Veblen més amunt— l'existència de la qual no tots els teòrics estan disposats a acceptar. Ulf Boëthius, al llibre *Youth Culture in Late Modernity* (1995), matisa les idees de Bourdieu. Assegura que la distinció —la tendència de diversos grups i subcultures a distingir-se a través del gust— continua existint, però que en la modernitat tardana la multiplicitat segurament ha esdevingut tant gran i les subcultures tant nombroses que estem en un procés d'adquisició de jerarquies coexistents, no subordinades unes a les altres. Boëthius assegura que ja no hi ha un acord general sobre el que es bo i el que és dolent. Els vells valors i normes s'estan dissolvent. (Fornäs i Bolin, 1995, p.34-35). Aquest és el mateix argument que apunten les teories de la postmodernitat, amb la diferència que aquestes ho identifiquen amb l'aparició d'una nova lògica, la postmoderna, mentre que les de la modernitat tardana ho consideren una evolució de la pròpia modernitat.

Boëthius assegura que les diferències dels béns de consum, en preu i aspecte, són cada cop menors, i que la línia divisòria entre alta i baixa cultura està desapareixent i deixarà pas a d'altres divisions. Diu que al camp literari, per exemple, hi ha confusió, que al no estar clar què és bo i dolent cadascú ho ha de decidir per ell mateix en un grau més alt que abans: hi ha més marge d'elecció, els àrbitres tenen menys força de pressió, especialment, potser, pel que fa als joves. Destaca l'increment del que anomena el «fer la cultura», el «fer-se la cultura» i la «individualització» (Fornäs i Bolin, 1995, p.35).

D'alguna manera, diu Boëthius, l'actual fase cultural té aspectes que recorden la fase medieval (malgrat les també evidents diferències): és a la vegada diversa i homogènia, és tolerant amb la *baixa* cultura, i la seva elit és multicultural, està disposada a participar en la cultura de masses (Fornäs i Bolin, 1995, p.36). L'explosió de les comunicacions no només ha donat pas a tendències cap a la uniformitat, sinó també cap a l'heterogeneïtat. Les possibilitats d'utilitzar diferents expressions simbòliques i estils a l'hora de «fer-nos» ha augmentat.

Així doncs, les poques i marcades divisions de la modernitat tendrien a transformar-se en moltes subcultures diferents, cadascuna amb les seves jerarquies, distincions i preferències. Aquestes subcultures ja no estan tan clarament ordenades de forma vertical, sinó més aviat horitzontal. A les societats de la modernitat tardana ja no hi ha cap consens auto-evident de les jerarquies culturals. Ja no coneixem amb certesa el que és *alt* i el que és *baix*, tot i que l'escola segueix esforçant-se a ensenyar-nos-ho (Fornäs i Bolin, 1995, p.37-38). La lluita per la legitimitat cultural ha esdevingut molt més oberta i la jerarquia ja no està gens clara, i per tant la mateixa distinció entre dominats i dominants perd la seva nitidesa. No és gens estrany veure grans homes de negocis que vesteixen texans i mengen *McDonald's*. Els joves ja no escolten música *vulgar* com un període de transició anterior a l'entrada a l'edat adulta, moment en el qual ja escoltaran la música *de qualitat*, sinó que segueixen escoltant la mateixa música *vulgar* durant tota la vida.

La tesis postmoderna

Aquesta mateixa línia de reflexió és la que sustenta els arguments postmoderns. Si analitzem el recorregut que hem fet des del començament, observarem que ens ha portat de l'individu amb un gust personal fins a l'individu amb un gust relacionalment (per les seves relacions) condicionat. En aquest camí hem parlat de la tesi de Gergen segons la qual la noció d'identitat com a autèntica i personal està deixant pas a una concepció postmoderna que es caracteritza per una consciència reflexiva d'aquesta. Segons Gergen, aquest canvi porta a un tipus d'interacció social diferent a la que ha estat característica fins ara, i que es fonamenta en una relativització dels conflictes (estètics també) i una actitud molt més juganera i menys essencialista. Això és així perquè, al percebre's les diferències com a no essencials, sinó producte de les relacions que cadascú ha mantingut durant la seva trajectòria vital, els individus acceptarien molt més la diferència i les jerarquies es

diluirien, amb la qual cosa estariem tornant un altre cop a l'individu, però un individu que ho és no gràcies a «l'oblit» dels seus condicionants socials, sinó gràcies a la consciència reflexiva d'aquests, de les pròpies determinacions.

Més amunt havíem indicat que la noció d'*estil de vida* ens podia ser útil per conjuguar les vessants individual i social del gust. En aquest sentit Bo Reimer, desde la perspectiva teòrica de la *late modernity* (modernitat tardana), que tot i defensar arguments semblants als dels teòrics postmoderns mantenen punts de desacord, adverteix que el punt de vista de Bourdieu, al superposar espai social i estils de vida, fa impossible veure aquest camp de l'*estil de vida* com un camp relativament autònom. És a dir, que pot mostrar com gent amb diferents tipus de capital o diferents orígens està separada per l'elecció d'estil de vida, però no pot capturar l'especificitat que implica el camp de l'estil de vida ni les relacions aparentment contradictòries entre l'estructura social i l'estil de vida que potser estan esdevenint més i més comunes (Fornäs i Bolin, 1995, 131). Ell assegura que en la cultura juvenil les diferències dintre de les mateixes classes socials són més grans que les similituds, i que les diverses orientacions d'estil de vida han de ser considerades obertes: no tots els joves amb orientacions similars tenen el mateix origen social. Les estructures no són, de cap manera, totalment determinants (Fornäs i Bolin, 1995, p.138). Efectivament, pot existir la individualització, però cal anar amb compte perquè aquesta individualització no és tan evident a l'hora d'elegir l'estil de vida, ja que l'entorn hi juga un paper importantíssim. El que sí hi ha és més heterogeneïtat: si bé la connexió amb els factors socioeconòmics seguirà sent forta, *les diferències en els camins i els mitjans d'expressió augmentaran* (Fornäs i Bolin, 1995, p.139).

Aquesta línia d'argumentació, que Bo Reimer planteja amb precaució, és portada a les últimes conseqüències per la teoria postmoderna. A *Consumer Culture and Postmodernism* (1991) Mike Featherstone analitza el seu contingut. Els teòrics postmoderns de la cultura de consum parteixen de la idea que el món dels béns de consum i la seva estructuració és essencial per a entendre la societat contemporània. Featherstone destaca que més que adoptant irreflexivament un estil de vida a través de la tradició o l'hàbit, els nous herois de la cultura de consum fan de l'estil de vida un projecte de vida i posen en joc la seva individualitat i sentit de l'estil en una combinació particular de béns de consum, roba, pràctiques, experiències, aparença i disposicions corporals (Featherstone, 1991, p.86). Aquesta tesis, per tant, implica una exaltació de l'individu per sobre de l'estructura

social, i adverteix, com ja hem vist, que en la societat contemporànea les jeraquies estètiques s'estan diluïnt: ja no està clar el que és bonic i el que és lleig, el que és *de bon gust* o *de mal gust*, i ja no hi ha ningú amb prou autoritat com per fixar una definició compartida per tota la societat. S'ha acabat, diuen, la jerarquia lineal i unívoca, i per això estem anant cap a la fi de la història.

Featherstone planteja que la tendència d'aquesta cultura de consum a diferenciar, a promocionar el joc de la diferència (recordem el «ser-diferent» de Simmel del qual parlàvem al començament) sempre s'ha de mantenir dintre d'uns límits, ja que l'observació d'aquestes diferències ha de poder ser socialment reconeguda i legitimada (l'*alteritat* total, com la *individualitat* total, porten implícit el perill d'impedir el reconeixement). Per això creu que cal examinar de prop els processos socials que estructuren el gust en els béns de consum i els estils de vida i, així, plantejar la pregunta de si la preocupació per l'estil i la individualitat mateixa no reflexa especialment les predisposicions d'una fracció de classe particular preocupada per la legitimació dels seus gustos particulars com a gustos de tota la societat (Featherstone, 1991, p.87).

El canvi que la cultura postmoderna introdueix, segons els seus defensors, és la fi dels criteris universals per jutjar el gust cultural i el pas a una situació molt més relativista i plural en la qual l'estrany, l'altre i el vulgar, abans exclosos, poden ara ser acceptats (Featherstone, 1991, p.106). Ell adverteix, però, que davant el discurs postmodern, seductor i simplista, sobre la fi de la història, cal estar atents a la persistència de la classificació, la jerarquia i la segregació dintre de la ciutat. Featherstone recorda que la nova classe mitjana i els nous rics viuen, a molts llocs, en àrees dissenyades per excloure els *outsiders* (Featherstone, 1991, p.110).

Creu que encara es poden llegir presentacions corporals dels estils de vida com a indicadors de l'estatus social, però assegura que ara el joc és més complex que abans. Des dels anys 60 la jerarquia —el coneixement clàssic i el *gentleman* (civilitzat)— han perdut força i s'han relativitzat. La pregunta que planteja és si aquesta tendència, que s'ha etiquetat de postmoderna, és només un punt de col·lapse d'una jeraquia establerta, una fase temporal d'intensa competició —amb diferents mesures de valor que conviuen en competència—, anterior a una remonopolització per part d'un nou *establishment*, o si, com diuen els postmoderns, veurem una extensió de les tendències actuals fins arribar a la fi de la història (Featherstone, 1991, p.111).

Les tesis postmodernes són molt pol·lèmiques, ja que si bé és obvi que moltes barreres simbòliques s'han diluït i que a una jeraquia unívoca i compartida l'estan substituïnt diferents classificacions paral·leles amb criteris diferenciats, també és evident que hi ha divisions socials importants que es mantenen, amb la qual cosa la focalització de l'atenció a la desaparició d'unes jeraquies pot fer oblidar la persistència de divisions importants.

JOVES TERRASSENCS COM A SISTEMA D'INTERACCIÓ.

Un cop hem fet tot el recorregut teòric, és el moment d'explicitar com concebrem la recerca empírica. En el nostre viatge a través del gust hem anat d'una banda a l'altra, de l'individu al grup, i del grup a l'estructura social. El viatge pretenia remoure la mateixa noció de gust i veure diferents formes d'apropar-s'hi, des de perspectives que l'han estudiat específicament, com la de Bourdieu, o des d'altres més basades en nocions com la identitat que permeten fer extrapolacions. Un cop fet el recorregut hem obtingut una delimitació de la controvèrsia entre individu i grup o estructura social, i també hem vist com la noció d'estil de vida ens pot ajudar a mediar-hi. En relació a aquestes perspectives teòriques, que es mouen a un nivell de generalització important, la nostra recerca perseguirà un objectiu molt més delimitat. Abans d'explicitar-lo, però, farem referència a alguns conceptes que ens seran útils.

Així com Bourdieu atorga una paper central a la noció de «camp de joc», Boudon (1981) prefereix parlar de sistema d'interacció, que pot ser un sistema *funcional* —quan en el sistema hi ha divisió del treball i per tant hi ha diferents *papers* o *rols*— o bé un sistema d'*interdependència* —quan no hi ha diferents papers—. Són sistemes d'interacció *tipico-ideals* en el sentit weberià, i per tant molts cops es fa difícil catalogar a un sistema com a *funcional* o d'*interdependència*.

En els sistemes funcionals els papers són els que caracteritzen el conjunt de normes que s'entén que han d'assentir els que els representen (i que vindrien a ser les «regles del joc» de Bourdieu). Boudon, però, insisteix en què els papers mai estan definits amb tanta precisió com per eliminar tota possibilitat d'interpretació. Sempre hi ha un mínim d'autonomia, un marge de maniobra, per petit que sigui. Això és, per Boudon, suficient per donar una dimensió estretègica a tot sistema de relacions de papers (Boudon, 1981, p.69). Per exemple, un jove que va a l'escola ha de fer el paper d'estudiant, d'una banda, però a més ha de combinar-lo amb el de «jove que es diverteix». Els papers mai li vindran tan condicionats per les seves

determinacions socials com per determinar absolutament el seu comportament respecte d'aquests dos papers. L'equilibri que adopti entre estudiar i divertir-se està subjecte a la seva estratègia (Burdieu no parlaria aquí d'estratègia sinó del seu *sentit del joc*). I a més, les normes adherides als papers acostumen a ser contradictòries (com en el cas de l'estudiant que a més s'ho ha de passar bé); els papers acostumen a ser complexes (composats pel que podríem anomenar *subpapers*); i els individus acostumen a representar-ne més d'un. Totes aquestes qüestions, segons Boudon (variabilitat dels papers, ambivalència de les normes que els defineixen, caràcter compost d'alguns papers i interferències entre papers) garantitzen l'existència d'una dimensió estratègica.

Ara bé, l'*anticipació de 'paper'* dels subjectes al penetrar en un sistema d'interacció acostuma a ser parcial, incompleta i fins i tot falsa i deformada. I de vegades l'entrada en un sistema d'interacció és irreversible (i de vegades reversible): per exemple, el jove que comença a introduir-se en el món de la droga rarament té informació completa de les conseqüències i implicacions d'aquest paper de *noi 'enrotllat'*¹¹ que es *diverteix intensament* (encara que podríem discutir si això és o no un paper, un *rol*, aquesta discussió no és ara rellevant), i la seva entrada en el sistema d'interacció de la joventut en el paper de *noi 'enrotllat' que es diverteix intensament* pot portar a un camí sense sortida. I de vegades la sortida és molt costosa (l'adolescent que ha deixat d'estudiar als 16 anys per treballar i passar-se a la gran vida es pot trobar amb què, als 25, creu que no va fer l'elecció correcta, o el jove que va renunciar a una joventut de diversió per estudiar intensament i que als 35 anys descobreix que, lluny de diferir la diversió, el que va fer va ser perdre-la per sempre, ja que la seva vida ha entrat en una espiral d'acumulació de feina i obligacions sense final amb la qual no està gens satisfet). Moltes vegades el procés de descobriment del paper és *gradual*, i per això els actors socials poden tenir la sensació d'estar *agafats en una trampa*.

I, com dèiem abans, als sistemes d'interacció funcionals Boudon oposa els «sistemes d'interdependència», en els quals els agents socials mantenen unes relacions que o no són relacions de rol o ho són només marginalment. Aquest seria el cas del gust juvenil, ja que tots els joves tenen el mateix paper: el d'agents sense

¹¹ Més endavant analitzarem abastament aquest concepte (*enrotllat*). En aquest context fa referència al caràcter obert, divertit, atractiu i vital —i per tant socialment valuós i envejable— que pot anar associat, en segons quin moment, al jove que entra en el món de la droga: sigui tabac, alcohol, porros, pastilles, cocaïna, etc.

responsabilitats adultes (feina, fills, casa, etc.). Per Boudon els sistemes d'interdependència són molt importants per a la perspectiva sociològica, com a generadors, per exemple, d'efectes emergents (que seria un tipus de conseqüència no buscada de l'acció en el sentit weberià, la que és producte de l'agregació de les accions). En relació a aquests sistemes (menys normativitzats socialment), Boudon torna a defensar la importància dels determinismes socials. Un adolescent pot no plantejar-se no anar a la universitat perquè al seu entorn aquesta seria una possibilitat límit, però pot dubtar entre estudiar Ciències de l'Educació, Telecomunicacions o Belles Arts. Les estructures socials no dicten amb precisió què ha d'estudiar cadascú. El que sí dicten és el nivell de prestigi social associat a les carreres i les professions derivades: el valor relatiu s'imposa a l'individu des de l'exterior. Això no vol dir que aquest valor estigui determinat essencialment, sinó que és producte d'un resultat no volgut de la juxtaposició de moltes accions individuals (Boudon, 1981, p.223), és a dir, és producte d'una construcció social tal i com la defineixen Berger i Luckman a *La construcció social de la realitat* (1988). És a dir, que la definició del sistema d'interacció és social, objectiva, exterior a l'individu. Objectiva no vol dir clara, nítida i invariable, sinó senzillament «objectivada», feta externa. Aquell o aquella adolescent, quan arribem al primer curs de secundària, es troben amb que a la seva classe hi ha *heavies*, hi ha *maquiners* i hi ha «gent normal». Cadascun d'aquests «estils» comporta una sèrie d'afegits: una forma de veure les relacions personals, una forma de vestir, una forma de sortir de nit. I a la vegada també deixa molt marge d'acció: cadascú pot «construir-se» el seu propi personatge, negociant amb les diferents característiques, estilitzant-se a ell mateix. Això que vol dir? Doncs vol dir que si bé les normes no imposen completament l'estil dels individus, el que és indubtable és que hi ha uns estils, externs, a partir dels quals l'individu ha de construir el seu propi estil. Hi ha uns referents objectius. Si a la classe tothom odia els *skins* i tal noi o noia decidex fer-se *skin*, li vindrà donada una reacció negativa de la resta de la classe. *No hi pot fer res*, aquesta reacció externa és objectiva (això sí, si és una líder indiscutible o un noi graciós i carismàtic potser aconseguirà canviar tota la classe).

Hi ha, per tant, una atribució social «objectiva», «externa», a les diferents opcions del jove. El fet que siguin objectives no vol dir que estiguin uniformement repartides ni en un grup-classe escolar ni en tots els joves en general, ni tan sols en dos individus. Cadascú té la seva pròpia definició, i malgrat que la comunicació és abundant, cadascú interpreta aquestes realitats més o menys objectivades a la seva

manera. Passa sovint, per exemple, que quan es comenta amb algú altre alguna *creença* sobre un tipus d'estil o característica, es descobreix que l'interlocutor té una idea totalment oposada a la nostra, i així descobrim que allò que nosaltres consideràvem tan «obvi» i universalment compartit és, en realitat, una percepció particular. Un cas paradigmàtic és la dels mitjons blancs o negres. Què queda millor quan es porten sabates, portar mitjons blancs o negres? Per a un sector de la societat és *obvi* que portar mitjons blancs amb sabates *no queda bé*, mentre per un altre sector és *igualmente obvi* que els mitjons blancs *queden perfectament bé*. Això vol dir que segons on estiguem localitzats socialment, on ens socialitzem (família, amics, barri, escola, feina, etc.), l'«objectivitat» d'aquest gust social serà una o altra.

Així, la societat està contínuament definint situacions, negociant significats. I el món dels joves encara més. La importància de l'estil pels joves, de l'esteticització, la manca de responsabilitats materials pròpies dels adults (feina, pis, marit o muller, fills) que solidifiquin les eleccions, així com l'abundància de temps disponible, fan que l'activitat estètica i el canvi siguin molt més ràpids, i per tant aquestes «objectivitats» més volubles, canviant i imprecises. I malgrat això importantíssimes per cada jove. Si fa vint anys els *heavies*, els *punkies* i els *pijos*, per exemple, tenien una forma de vestir, de pensar, d'actuar i de valorar, i l'objectivitat era aquesta, ara ja ha canviat, i l'enfrontament ja no és entre *rockers* i *punks* o *heavies*, sinó entre *skins* i *tirats*. I si fa deu anys hi havia *discotequeros*, *heavies*, *punkies* i alguns *skins*, ara la situació ha tornat a canviar. Quina és l'objectivitat amb la qual l'actor social es troba en el seu marc d'interacció? Evidentment, com estem dient, no n'hi ha una, sinó diverses: depèn de la localització social i la trajectòria individual. Depèn de l'«objectivitat» amb la qual l'individu hagi tocat a partir d'amics, coneguts, mitjans, família, professors, etc., a través d'una trajectòria. Aquesta trajectòria és individual i irrepetible, però per un ordre de probabilitats, uns grups socials tenen més probabilitats d'haver-la seguit cap a una banda i altres grups socials cap a una altra, i si bé cada individu és un món, també és cert que hi ha regularitats socials, hi ha unes estructures de relacions que condicionen el resultat, com a mínim probabilísticament. El que cal és descobrir els mecanismes causals a través dels quals es dona aquesta influència i, també, quines accions individuals hi ha darrera d'aquestes estructures socials.

Seria interessant que aquest estudi, en l'anàlisi de la relació entre estructura social i gust i entre gust i estructura social, dilucidés punts de determinació (d'hete-

ronomia) i punts d'autonomia, així com estructures d'interacció i efectes agregats de tot plegat. Tot i així, l'ambició no és elaborar una «explicació» causal en aquesta línia sinó fer una menys informativa —però tot i així molt interessant— «descripció» del camp de joc, d'elements clau del sistema d'interacció del gust juvenil. La investigació és descriptiva, puntual en el temps (i no longitudinal), comprensiva i ni tan sols estadísticament representativa, però pretén oferir elements interessants per a la comprensió de l'acció social dels adolescents, de les realitats «objectives» (objectivades) i la seva variabilitat segons la localització. És una anàlisi, per tant, que pot esdevenir un interessant punt de partida per a estudis més ambiciosos que sobrepassin la dimensió descriptiva. Podria servir com un primer pas per intentar connectar, a tall d'exemple, aquests gustos socialment distribuïts (els mitjans de comunicació i les seves lògiques haurien de jugar un paper important en aquest punt) amb les accions derivades i la seva agregació concreta en el propi marc adolescent, per explicar així el canvi social del propi gust. O també per explicar la influència d'aquest gust en la mobilitat o la reproducció social dels individus que el sustenten.

L'estudi, malgrat tot, s'orienta exclusivament a la descripció dels principals tipus de gust dels joves de Terrassa i a posar-los en relació amb la seva localització social (¿fins a quin punt la posició en l'estructura social —en Bourdieu espai social— condiona efectivament el gust i fins a quin punt el gust és obert i interclassista? Buscarem una aproximació comprensiva que ens aporti no només la superposició entre estructura social i gust sinó que també ens ajudi a comprendre els diferents interessos i percepcions segons gustos i localitzacions socials.

PART II

EL CAMP DE JOC

II—EL CAMP DE JOC

Un cop ens hem provist d'un marc conceptual per abordar el *gust*, ha arribat el moment de centrar-nos en el gust dels joves. El *món dels joves* és un camp de joc específic, i per això ens cal, abans de tot, discernir quines són les seves peculiaritats. Aquesta idiosincràsia l'analitzarem desde diferents punts de vista. En primer lloc identificarem la joventut entesa com a «continent», com a espai situat entre la infància i l'edat adulta. És a dir, com a transició. A continuació parlarem de la joventut com a «contingut», amb la qual cosa farem referència al contingut específic que trobem en aquest *continent* que agrupa els individus que estan passant de la infància a l'edat adulta: la cultura juvenil. Finalment, farem una breu referència al marc històric i geogràfic dels individus objecte d'anàlisi: la joventut de Terrassa l'any 1996.

4. 'Jove' com a realitat social

El sentit comú ens diu que ésser *jove* és —el pas del temps ho certifica— una realitat fisiològica. Però allò que nosaltres anomenem *jove* no és mai aquesta presumpta *realitat biològica* en un estat pur, sinó mediada socialment: independentment de l'envelliment fisiològic dels òrgans vitals i les cèl·lules del nostre cos, allò que nosaltres anomenem ser més o menys *jove* depèn del que socialment hem definit com a tal, de tal manera que fins i tot podem arribar a dir que una persona de 50 anys és «jove», cosa impensable fa uns segles.

Però és que a més, l'adjectiu «jove» pot no referir-se únicament a aquesta *realitat biològica socialment mediada* sinó a un «grup social diferenciats», al que podríem anomenar un «grup d'edat». Jove també és, per tant, quelcom culturalment determinat que està a mig camí entre la infància i l'edat adulta, determinat tant per la llei i altres institucions socials com l'escola, d'una banda, com per signes musicals, verbals, visuals, etc., de l'altra. Llavors és quan ja no parlem d'algú que és *jove* (adjectiu) sinó que fem referència a un o una *jove* (subjecte). I així es passa del fet d'estar o semblar *jove* al de ser un o una *jove*. I un cop tenim *joves*, llavors ja es pot saltar desde la joventut com a característica individual a la joventut com

a realitat social, i per tant a un discurs social sobre *la joventut*.

Una primera definició de la joventut com a realitat social fa referència a *un caràcter compartit que pot derivar en «condició social»*¹² en el sentit que aquest caràcter pot determinar, d'alguna manera, una posició comuna a l'espai social d'una societat donada. Aquesta definició ens permet transformar un procés generalment entès com a universal i biològic en un fenomen històric i mutable: la «condició» diferirà segons la societat, igual que diferirà la importància de la variable edat per determinar-la. De manera que, a l'hora de determinar aquesta condició, s'haurien de tenir en compte altres vectors que travessen la realitat social, com són la classe econòmica, el sexe i d'altres d'elements amb capacitat —en llenguatge de Pierre Bourdieu— d'*enclassar* (Bourdieu, 1988)¹³. Per això hem d'ésser molt prudents davant d'anàlisis socials que, a partir de la joventut com a fenomen natural —dimensionat temporalment d'una manera convencional— cerquen indicis d'una condició social compartida obviant aquest encreuament de vectors on es troba tot individu.

Un cop hem trencat, per tant, amb la noció pròpia del sentit comú segons la qual «ser jove» és una qualitat únicament individual (sigui fisiològica, psicològica o «de caràcter»), i n'hem identificat el seu caràcter també social, és necessari analitzar la joventut com a contingència històrica: si volem conèixer el contingut de l'espai juvenil, hem de conèixer primer la societat on apareix i quines són les circumstàncies d'aquesta aparició.

TRANSICIÓ

Per arribar a entendre aquest contingut hem de diferenciar entre dos significats, un que parlaria de la joventut com a *virtú*, que fa referència a valors clàssics que es relacionen amb el jove o la jove, com la força, el vigor i la bellesa, i un altre significat que fa referència a la joventut com «etapa de la vida» diferenciada.

La joventut com a virtut, malgrat ser igualment una construcció social

¹² «Condició» entesa —segons el *Diccionari de l'Enciclopèdia Catalana*— com a «circumstància exterior que determina, limita o modifica l'estat d'una persona o una cosa» o bé com a «qualitat que forma part de la manera d'ésser d'una persona o cosa».

¹³ Com hem dit abans, cadascun d'aquests vectors descriu, com diu Max Weber, un *punt de vista* des del qual observar la realitat. Tenen, doncs, un valor metodològic i no ontològic, donat que creuen la realitat conjuntament, creant una trama que impossibilita tota temptació de *preveure* l'individu social.

fonamentada sobre unes característiques en part fisiològiques, és bàsicament universal. L'admiració per la bellesa, la força o la capacitat reproductora és una constant en el discurs de qualsevol societat, des del poble *primitiu* que fa del guerrer —per definició jove— el centre de la seva existència fins a l'exaltació de la bellesa del jove per part dels poetes i filòsofs clàssics que, com Aristòtil, veien en la joventut el moment suprem de la persona.

Però al costat de la virtut juvenil hi ha la joventut com a edat diferenciada, que segons el moment històric pot canviar considerablement o fins i tot no existir. Un o una jove pot ser una persona adulta que encara no és una «persona gran» o «vella», però tal i com ho entenem avui dia és una persona que ha abandonat la infància i encara no ha entrat en l'edat adulta, en el *món dels adults*¹⁴. Si entenem «joventut» com a edat posterior a la infància i anterior a l'edat adulta, fins que no s'allarga el període de transició entre una i altra (i difícilment s'allarga si es comença a treballar als 10 anys), la joventut com a grup d'edat diferenciat i diferent no pot esdevenir una realitat social tal i com la coneixem avui.

Per trencar amb la noció del sentit comú que assimila joventut amb la idea de *virtut*, el discurs sociològic pot arribar a eliminar la mateixa noció de «jove» i limitar-se a parlar de *transició*. Aquest concepte sorgeix d'un discurs pròpiament sociològic i fa referència a aquell període intermedi que va de la infància a l'edat adulta i que arriba a la seva fi amb l'assumpció de les responsabilitats que defineixen el món adult —variables segons les societats—. Aquestes responsabilitats serien, per Enrique Gil Calvo (Gil Calvo, 1985a), quatre: productiva (assignació d'un estatus ocupacional), conjugal (assignació d'una parella sexual estable), domèstica (assignació d'un domicili propi) i parental (assignació d'una prole dependent), i constituïrien els criteris que marcarien, a les nostres societats industrialitzades, la fi de la joventut. Així doncs, com a procés, la joventut (encara que enlloc de joventut parlàriem de transició) no s'identificaria amb el període vital que va dels 15 als 25 o 30 anys, com sovint es fa, sinó que seria una transició entre dependència familiar i emancipació familiar, i es caracteritzaria per un moment d'indefinició entre dos termes —infància i edat adulta.

La joventut com a procés —com a *etapa de la vida*— és un fenomen que ha atret l'atenció social sobretot des del moment que l'etapa de transició entre la infància i

¹⁴ Estem obviant sistemàticament, com el lector haurà notat, qualsevol referència a l'«adolescència».

les quatre responsabilitats a què fa referència Gil Calvo s'ha allargat degut a l'endarreriment de la inserció al mercat laboral (escolarització obligatòria, allargament del temps de formació, atur juvenil, etc.). És des d'aquest moment que existeix *la joventut* com a grup social diferenciat. I aquesta joventut com a procés ha atret l'atenció social perquè, com a període d'indefinició, la transició ha estat considerada com un moment crític, és a dir, font de possibles mutacions per a tota l'estructura d'una societat —només hem de recordar tota la literatura del *Maig del 68* per comprovar-ho—. Això és així perquè és un moment important de la socialització, del procés pel qual el nen o nena es va convertint en una persona autoconscient i capaç de conèixer, destra en les formes de la cultura en la qual ha nascut (Giddens, 1991, p.93). La socialització posa en contacte les diferents generacions, és un element fonamental per a la reproducció del contingut social. Per això en temps d'inestabilitat la joventut està sempre al centre de les polèmiques socials.

Models de transició

Hem parlat del caràcter històric de l'espai o continent juvenil, i de com el període de transició que el defineix és diferent —tant els seus continguts com els seus límits— segons les societats. Podem relacionar la variabilitat en les formes de transició amb la complexitat social tal com la defineix Emile Durkheim (Durkheim, 1984), és a dir, com a diferenciació social que permet entendre el pas des d'unes societats amb una mínima divisió del treball, un baix índex d'individualització i una alta unitat cultural, a unes altres amb una complexa divisió del treball, caracteritzades per un desenvolupat sentit de la individualitat.

A partir del concepte de complexitat social es podria fer una aproximació històrica mitjançant el recurs metodològic dels *tipus ideals*. D'aquesta manera les diferents maneres com les societats organitzen aquest període de transició que defineix la joventut podrien situar-se en un *continuum* que anés des d'un model rígidament regulat fins a un altre de desregulat —ambdós, definits com a tipus ideals, i per tant inexistents a la realitat social.

El model regulat faria referència a societats amb un baix nivell de complexitat social —és a dir, de divisió del treball—, que permetria la utilització d'un baix nombre de models de transició, molt reglats i harmònics respecte el desenvolupament físic i social de l'individu. La transició, entesa com a *rite de passage*, seria un mitjà de reproducció social, amb un principi i un final temporals

clarament establerts, que deixaria poc espai per a la indefinició o la innovació social. Aquesta rigidesa vindria possibilitada per aquella manca de complexitat que permet models de socialització col·lectius basats en l'existència d'un nombre limitat de tipus socials (rols), en consonància amb el baix nivell de diferenciació i individualització socials, i que possibilita una «fàcil» transmissió de l'univers simbòlic de la comunitat.

Un exemple proper a aquest model seria la societat Baruya que descriu l'antropòleg Maurice Godelier (Godelier, 1986). La societat Baruya és una societat simple, amb una divisió del treball molt elemental. L'espai o continent propi de la socialització està rígidament reglat, tant per les categories assignades a cadascun dels individus a l'estructura social com pel temps que ha de durar aquest període de transició, que està subdividit en etapes d'un procés continu. Cadascuna d'aquestes etapes està definida per ritus d'iniciació —el pas del món infantil al món adult comporta el canvi de nom— on als individus se'ls inculquen els valors dels adults dominants —en aquest cas els homes en conjunt enfront de les dones—, com correspon a una societat basada en la tradició, *previsible*, on cadascun dels nivells de la jerarquia social són estàtics i on qualsevol canvi en la socialització trastocaria tota l'estructura social. A la societat baruya —i això és quelcom generalitzat— el punt d'arribada al món dels adults és l'accés a un bé social, en aquest cas els fills. La transició, fins a aquest moment, està totalment controlada pel grup dominant, amb la qual cosa aquell moment *crític* deixa de ser-ho, donat que no és l'individu l'encarregat de cercar el seu lloc al món, la seva identitat, sinó que és la comunitat qui determina el seu paper com a adult o adulta. Així, l'estructura social i l'univers simbòlic de la comunitat es reproduiran sense ruptures. La joventut, per tant, deixa de ser un problema i no és objecte de cap discurs social: a la societat baruya ser jove és un moment de pas, sense significació autònoma. La joventut *continent* no té un *contingut* propi, ni el jove, com a tal, té capacitat per expressar-se com a grup diferenciat. Els mitjans de reproducció simbòlics (filosofia, religió, costums) no fan de la divisió entre jove i adult una categoria essencial, sinó que els vectors amb capacitat d'enclavament que creuen la realitat social són uns altres, com la distinció entre homes i dones.

Davant d'aquest model regulat, on no existeix la joventut com a realitat social diferenciada —amb capacitat per determinar una posició comuna a l'espai social—, hi ha l'altre tipus ideal: un model «desregulat» que flexibilitza el procés de transició al món adult. Aquest model seria el propi de societats complexes, on

l'existència d'una major divisió del treball comportaria, conjuntament amb una diversificació dels rols socials, una diversificació i flexibilització dels models de socialització. La societat, en aquest model, és incapaç de regular d'una manera rígida aquest procés, és a dir, que la posició de cada individu a la societat no es pot regular des de la tradició, ja que el ràpid canvi social i l'existència de mobilitat social eliminen la validesa de models de transició rígids i pautats, la qual cosa propicia l'aparició d'un espai per a la iniciativa dels propis individus. Són aquestes circumstàncies les que afavoreixen un discurs social sobre la joventut, que ja no remet a una etapa perfectament reglada, controlada i transparent, sinó que es presenta com una espècie de *caixa negra* on sabem com s'hi entra però no com se'n surt.

Philippe Ariés analitza a *Centuries of Childhood* (1962) la relació entre l'obsessió moderna per separar i classificar i el *descobriment de la infància*. L'interès social per l'edat coincideix amb l'augment de la divisió del treball —és a dir, de la tendència a diferenciar, dividir i especialitzar—, i no és casual que la institució escolar, que a poc a poc guanyarà pes en la socialització de les noves generacions (en detriment de la família i de l'*aprenentatge*), separi els nens dels adults (primer només els nens de les classes privilegiades, amb el temps s'hi afegiran els de la classe obrera i les nenes). L'escola no només separa els infants del món dels adults, amb la qual cosa els dona una entitat pròpia i fa possible desenvolupar —segons la nova percepció— les seves «capacitats» al mateix temps que portegeix la seva «innocència», sinó que a més separa els propis infants en finíssimes capes d'un any, inexistents a l'Edat Mitjana. Aplicant termes actuals podríem anomenar a aquesta organització *fòrmula de divisió i jerarquitització taylorista* de l'educació. Aquesta separació per anys fa que els nens i nenes adquireixin consciència de l'especificitat de cada edat, cosa impensable fa cinc segles, quan no ja els nens de diferents edats, sinó també grans i petits, vivien barrejats des d'un començament: jugaven, dormien, treballaven i celebraven les festes plegats.

Això mateix ha passat amb la joventut tal i com l'estem estudiant: amb la progressiva universalització de l'escolarització i l'augment de la seva duració, ja no són només els infants els qui queden separats de l'edat adulta, sinó també els no tan infants. La incorporació al món dels adults es retarda —els burgesos ja feia temps, però no el conjunt de la societat—, amb la qual cosa apareix una nova font d'atenció: la joventut i els seus problemes.

Retornant als tipus ideals de transició (regulat i desregulat), ja hem dit que no existeixen a la realitat, però sí que indiquen tendències històriques: si el model regulat està més proper a societats amb poca diversitat social, el model desregulat, pluralista i diversificat descriuria la transició —com a tendència, no com a realitat acabada— a les nostres societats industrialment avançades, societats que tenen el seu origen en el canvi des d'una societat rural i agrària a una d'urbana i industrial. Serà a les ciutats on s'iniciarà una sèrie de transformacions vitals que introduiran més flexibilitat en els processos de transició al món adult. Apareixen noves classes socials més enllà dels estaments de l'Antic Règim: aristocràcia, burgesia de negocis, treballadors, professions *liberals*, artesans, etc. Lligades a aquestes noves classes socials apareixeran les noves formes de transició descrites per Franco Ferrarotti i Robert Forstner (1982). Segons aquests autors, paral·lelament als models rurals tradicionals neixen tres nous models de transició. El primer fa referència a la classe obrera i es defineix pel pas quasi instantani de la infància a l'edat adulta, i comporta concordància entre vida laboral i nupcialitat. Un altre model seria el que els autors anomenen *diletant* burgès: major separació entre les diferents etapes vitals, formació acadèmica més perllongada i entrada més tardana a la nupcialitat i la vida laboral (en comparació al model de la classe obrera). Finalment, el tercer model no fa referència a la classe sinó al sexe: el model femení es caracteritza pel paper clau que, en el cas de la dona, té la nupcialitat a l'hora de marcar el pas a la vida adulta.

A la nostra societat actual aquestes tendències han evolucionat cap a una major flexibilitat i complexitat. Aquesta evolució va lligada a canvis en les tendències generals de la societat, com són, 1) el desenvolupament d'una economia de mercat; 2) el desenvolupament del caràcter urbà de la societat, no només per la concentració de la població a les ciutats, sinó per la diferent forma de vida que ha comportat la urbanització i la seva generalització a través dels mitjans de comunicació; 3) el desenvolupament d'una estructura social més flexible, on la posició de l'individu està menys predeterminada que en societats anteriors i on la mobilitat social és un supòsit ideològic bàsic; i 4) el desenvolupament d'una mentalitat més individualista: l'individu guanya pes en contraposició a la comunitat de pertinença, tant en la vessant cultural com en la política i l'econòmica.

Lligades a aquestes tendències generals n'hi ha d'altres d'específiques que fan referència a la transició des de la infància al món adult. Es resumeixen en dues: 1) reconeixement dels drets socials del jove o la jove en relació a l'escolarització

obligatòria i a la prohibició del treball infantil (és a dir, regulació legal de l'allargament de la transició a l'edat adulta); i 2) retardament generalitzat de l'accés al mercat de treball, a causa tant de l'atur com de la necessitat d'una major preparació formal i escolar a l'hora d'accedir a aquest mercat —bé perquè el model productiu així ho requereix, bé pel resultat de la voluntat dels individus de mobilitat social ascendent—. Associat a aquest retardament de l'accés al mercat laboral hi ha el retardament de la nupcialitat i l'emancipació familiar.

ESPAI JUVENIL A TERRASSA

Evidentment, aquestes transformacions que determinen el continent juvenil també s'aprecien en el territori de la nostra investigació: Terrassa. A Catalunya i Espanya en general, aquells processos d'urbanització i desenvolupament necessaris per al sorgiment d'una economia moderna apareixen també, però —com semblava habitual als darrers segles— amb cert retard respecte de la resta d'Europa. La postguerra dels anys quaranta i cinquanta, juntament amb l'efecte escleròtic de la política autàrquica del franquisme, van endarrerir la industrialització a gran escala i l'aparició d'una societat capitalista de mercat. El *Plan de Estabilización* de l'any 1958 va significar el primer pas important cap al desenvolupament d'una societat de consum homòloga a la dels altres països occidentals. Juntament a l'aparició del *desarrollismo* econòmic s'acceleraria la progressiva urbanització de la població (i per tant la desruralització), conseqüència necessària d'un procés d'industrialització. Terrassa és un exemple paradigmàtic d'aquesta transformació *desarrollista* que fa d'un poble de menys de tres mil habitants —el Sant Pere de finals del segle XIX— una ciutat de més de cent mil l'any 1970¹⁵. Una precoç industrialització tèxtil va atraure des dels anys vint un important moviment migratori procedent de tota Espanya i, en la seva darrera onada, als anys seixanta, majoritàriament d'Andalusia. Així, si bé la corba de creixement de la població de la ciutat era superior a les mitjanes catalana i espanyola fins als quaranta, és a les dècades dels cinquanta i seixanta¹⁶ quan la taxa de creixement serà més alta (Baulies, 1977). Després de l'espectacular creixement de la natalitat, que el 1974 invertirà la tendència i començarà a disminuir, i un cop la industrialització i la democratització ja són un

¹⁵ Font: Censos de població 1877-1970

¹⁶ El saldo migratori de les dècades dels 50 i 60 va ser de 52.252 nous habitants. Font: Instituto Nacional de Estadística. *Censo de la población de España. Poblaciones de derecho y hecho de los municipios*.

fet i l'escolarització universal i obligatòria està pràcticament assolida, als anys setanta i vuitanta aquelles tendències que defineixen l'allargament del procés de transició dels joves es donaran amb més força. A partir dels setanta començarà un progressiu augment de l'edat d'emancipació, l'escolarització s'allargarà i tant la nupcialitat com l'accés al mercat laboral estable¹⁷ s'endarreriran.

Aquestes tendències específiques (retard de l'accés al mercat laboral, a l'habitatge, etc.) són les que defineixen el continent juvenil actual, aquell procés de transició que —com hem dit anteriorment— va de la infància a l'edat adulta. Estem, per tant, davant d'una definició *negativa* dels joves, definits pel que no són: adults. La transició, però, no és aquella transició *regulada* que marcava clarament les pautes a l'individu, sinó que ofereix un ventall de trajectòries possibles abans inexistents. Amb el nou continent, de transició més llarga i flexible, sorgeix un contingut propi per a la joventut com a grup diferenciat que aporta proves de la seva existència mitjançant la utilització d'un discurs identificatiu.

Els nous joves parlen i fan parlar. Fan parlar en la mesura que el procés es fa opac per a la pròpia societat que el genera, de manera que comença a donar-se un discurs sobre la joventut, producte del desconeixement i la malfiança, un discurs sobre el *problema* juvenil. La joventut com a problema personalitza el grup, ja que el converteix en objecte —en tant que fenomen extern que s'oposa a la voluntat— per a la pròpia societat. Però també els joves i les joves parlen per primera vegada amb una nova veu gràcies a l'ampliació del temps de transició que s'ha convertit en allò que Enrique Gil Calvo (Gil Calvo, 1985a) anomena «temps d'espera». Parlem d'una transició indefinida: la societat flexible no imposa d'una manera tan rígida un model únic de socialització, sinó que proposa diversos models davant dels quals, dintre de les limitacions fixades per les circumstàncies, l'individu ha d'escollir una forma de personalitzar-se sense tenir accés als mitjans tradicionals: les responsabilitats adultes. La joventut parla perquè la societat posa al seu abast altres tipus de mitjans: els mitjans de comunicació de masses —que, com el mercat de consum, tenen en els joves a uns dels seus millors clients— ofereixen als joves la possibilitat d'expressar-se i personalitzar-se davant dels adults —mitjançant la cultura juve-

¹⁷ Per exemple, respecte a la nupcialitat veiem que l'any 1970 els joves casats entre els 15 i els 24 anys eren el 23 % del total. Aquesta dada a l'any 1986, pels joves de 15 a 24 anys és de només el 19 %. Així mateix, respecte a l'accés al mercat laboral, el gruix principal de joves que accedeixen a la categoria de població activa són, l'any 1970, els joves i les joves entre 15 i 19 anys. L'any 1982, el gruix s'ha desplaçat cap a la gent de 20 a 24 anys. Font: *Encuesta de población activa (años 1982, 1970)* i *Censos de población (años 1970, 1986)*

nil— però també entre ells mateixos —mitjançant els subgrups d'aquesta cultura juvenil—. Quan apareix un discurs *de i sobre* la joventut, aquesta es mostra com a realitat social, deixa de ser un concepte temporal per esdevenir substancial. El continent es fa contingut, un contingut que per la seva presència social converteix el jove i la jove en un ésser poderós... poderós i marginal a la vegada, envejat i segregat.

Serà, per tant, en aquest contingut, en la *cultura juvenil*, on veurem com els joves juguen amb les seves herències culturals i econòmiques al joc de la distinció. La cultura juvenil és el camp de joc on els joves i les joves reproduïxen la lluita dels enclassements mitjançant el gust. Un joc amb les seves regles, no escrites però viscudes des de dins.

5. La joventut com a discurs social

Tenim, per tant, un «continent», una transició entre la infància i l'edat adulta que diferencia un grup d'individus de la resta de la societat, omplenat amb un «contingut» específic, la cultura juvenil. Els joves parlen, actuen, vesteixen i es diverteixen d'una forma diferent a la resta de la societat. La seva condició diferent —estar en un període de transició en el qual ja no són nens o nenes però encara no tenen les quatre responsabilitats adultes de què parla Gil Calvo—, per tant, es veu reforçada per un contingut diferenciat.

CULTURA JUVENIL, CULTURA DE MASSES, CULTURA POPULAR I ALTA CULTURA

Aquest contingut diferenciat, el que s'anomena *la cultura juvenil*, està molt lligat a la *cultura de consum* i a l'ús que en fan els joves. Des de la situació privilegiada (i crítica a la vegada) que implica no tenir ni responsabilitats ni un espai social (professió i família pròpia) massa definit, els joves juguen i gaudeixen amb els continguts dels mitjans de comunicació per fer-se un estil propi, que els distingeix tant dels grans com d'altres joves, d'una banda, i que els uneix al conjunt dels joves (en oposició als grans) i a uns quants d'ells particularment (en oposició a la resta), de l'altra.

També és possible enfocar la *cultura juvenil* no com a *cultura de consum* sinó com a *cultura de masses*. La *cultura juvenil* és considerada, des dels criteris estètics tradicionals de l'*alta cultura*, una cultura mediocre, poc elaborada. Els grups de rock «només fan sorolls, no tenen cap tipus de comparació amb, per exemple, la música clàssica o l'òpera». Des d'aquest punt de vista és, pertant, *baixa cultura*, en contraposició a l'*alta cultura*. Entronca, doncs, amb una oposició que ve de lluny.

Ulf Boëthius (Fornäs i Bolin, 1995) analitza la història de la divisió entre alta i baixa cultura, i explica que la divisió aparegué a l'antiga Roma —a l'Antiga Grècia, assegura, no existia— i esdevení un fet a l'Edat Mitjana. A l'època medieval, però, els nobles i els clergues, malgrat que mantenien la tradició de l'«alta» cultura (*great tradition*), també tenien accés a la cultura «baixa» o «popular» (*little tradition*). Apreciaven i formaven part de les dues cultures: de la cultura de les festes, el joc, les bromes i el riure (de l'esperit carnavalesc), d'una banda, i de la cultura de la seriositat (la cultura «oficial»), de l'altra. Els nobles, per tant, participaven en les nombroses festes pròpies de la cultura popular que, celebrades cada sis o vuit setmanes, ocupaven tres mesos l'any i es caracteritzaven per invertir l'ordre normal. Els joves i les dones jugaven un paper central en aquestes festes: organitzaven jocs, organitzaven actes, etc.

Amb la modernització, el canvi de la noció del temps, la disciplina i la progressiva extensió de l'alfabetització, s'inicià la separació entre les dues cultures, que començà el segle XVI i es culminà a finals del XVIII. Aquesta separació és paral·lela al descobriment de la infància, del qual hem parlat més amunt: la barreja entre gans i petits i entra alta i baixa cultura deixa pas a la «separació». La disciplina, el control del cos i les emocions, ensenyada a les escoles de la classe mitjana, va jugar un paper important en aquest procés (com en el descobriment de la infància). Norbert Elias (1978) descriu com el procés de modernització va lligat a aquesta progressiva civilització, a aquest control que denigra la baixa cultura, fins llavors apreciada per tota la societat. Boëthius parla de cooperació, entre l'Estat incipient i Església, en la censura i el control dels ciutadans. El control del cos, l'individualisme, l'autocontrol, la disciplina, el refinament i la civilització esdevenen elements bàsics de la creixent classe mitjana.

És aleshores quan es comença a combatre la cultura popular. Des del segle XVI els clergues comencen a intentar reformar la cultura popular (en el marc de la Reforma i la Contrareforma), assimilant cultura popular a blasfèmia i immoralitat. Amb la il·lustració els homes de lleis s'afegeixen als religiosos i identifiquen la

cultura popular com a contrària a la raò, a la ciència i al «bon gust» (bon gust definit, òbviament, en el marc del control, civilització i disciplina creixents).

Lavors començaren, a les ciutats, els atacs a la cultura popular: les dones i els joves perden el seu paper protagonista a les festes. Els homes adults agafen el control. Sense les connexions amb l'agricultura, les festes van anar perdent el ritu de la fertilitat i van esdevenir obres organitzades i controlades per les autoritats, on la gent feia el paper d'audiència, no de participant. L'excès i l'abús es van erradicar, i com a abanderats d'aquesta creuada hi havia, juntament amb l'esglèsia, els nobles i els burgesos. Del nou centre, les ciutats, s'irradià la perifèria, el camp. El cos i l'ànima havien de ser subjectades.

La cultura popular també es va veure afectada per la modernització d'una altra manera, ja que va començar a ser devorada pel mercat de béns de consum. La cultura sense autor, oral i produïda descentralitzadament, va començar a ser absorbida per una cultura de masses. De la participació activa a les festes es va passar al rol d'espectador i la comercialització. La cultura popular va anar deixant lloc a una cultura de masses produïda centralitzadament, que les autoritats van provar d'utilitzar per als propis objectius, encara que mai no ho van aconseguir del tot.

Els productors d'aquesta cultura de masses, desenvolupada com a part de la nova cultura popular per substituir-la, van provar d'adaptar el gust del gran públic, mentre que diferents grups socials, amb les seves interpretacions i recepcions creatives, van convertir els productes en part de la seva particular classe, gènere o subcultura generacional, com ara la dels joves. Això va fer que les autoritats ja no en tinguessin prou amb vigilar i controlar la cultura de masses, i així començaren autèntiques campanyes en contra seva. La cultura de masses va esdevenir una de les «més serioses amenaces per a la joventut», la qual havia de ser fermament educada i controlada. I per això van començar les campanyes contra el perill moral de la cultura de masses. Així com ara ens escandalitzem per la violència dels dibuixos animats com *Bola de Drac*, Boëthius destaca com ja amb la novel·la o els còmics va passar el mateix. Els promotors d'aquests atacs, diu, sempre són els mateixos: pares, professors i altres persones preocupades per l'educació moral i espiritual de la gent jove. Els arguments dels pànics mediàtics relacionats amb la joventut (novel·les de quiosc, cinema, jazz, rock, setmanaris, còmics, videos, etc.) també són recurrents: la cultura popular és sexualment excitant i rebaixa la moral; és seductiva i atractiva però a la vegada perillosa; apel·la a les emocions i els

instints primitius; porta els joves al crim; ofereix desigs comparables al sexe, l'alcohol i les drogues; etc.

Boëthius recorda que la perspectiva dels crítics de la cultura popular va lligada als homes i a les classes altes, mentre que la cultura popular va més lligada a les masses i a les dones... i als joves. Els joves són l'avantguarda del consum. Tenen temps per ser-ho. Són els que més i primer s'exposen als nous mitjans de comunicació. I són més flexibles i mal·leables. Segons Boëthius, els pànics mediàtics acostumen a centrar-se en el perill per a la joventut perquè d'aquesta manera els adults defensen la seva forma de viure, més disciplinada, i així s'autoconvencen que esdevenint adults no han renunciat a res important. Aquesta és l'ambivalència dels adults respecte de la joventut: per una banda els controlen i els critiquen, però per l'altra els envejen tot allò que ells ja no tenen —l'autenticitat, el vigor, les passions i sensacions intenses, la força física i la vitalitat sexual, un futur ple de possibilitats, etc.—, i també el fet que, tot i que tenen un poder molt limitat, ja que encara no s'han integrat a l'ordre social, gràcies a això gaudeixen d'una llibertat que els adults ja han perdut.

Aquesta cultura juvenil, per tant, forma part de la cultura de masses. Richard A. Peterson i Roger M. Kern (1996, p.905) expliquen còm, a partir de finals dels seixanta (als Estats Units), la cultura juvenil va deixar de ser percebuda com un «estadi» a través del qual es passava durant el creixement per passar a ser una alternativa viable a la cultura d'elit. Aquests autors afirmen que als Estats Units el *gust de celles altes* (*highbrow taste*) era, el 1992, considerablement més obert que el 1982, i no només a causa de l'arribada de noves generacions, sinó que també en els mateixos individus. Aquests tipus de canvis són els que porten els teòrics postmoderns a afirmar, com hem vist a la primera part, que la divisió entre alta i baixa cultura està desapareixent. Boëthius, des del paradigma de la *modernitat tardana*, nega que això sigui així, però reconeix que actualment apareixen moltes subcultures al voltant de la central amb les pròpies normes, tradicions, etc. Aquest és el cas de la cultura juvenil, que a la vegada està interconnectada amb la cultura central i amb altres subcultures¹⁸. I de la mateixa manera adverteix que a la cultura central la distància entre l'alta i la baixa cultura ha disminuït. Boëthius analitza, per exemple, les connexions entre avantguarda i tecnologia (precondició de la cultura de masses) o, a partir dels anys seixanta, entre joventut, avantguarda i

¹⁸ Encara que la mateixa idea d'una cultura central ja és discutible per ella mateixa.

cultura de masses. La vella línia divisòria entre alta i baixa cultura, diu, ja no és tant fàcil de percebre, i no hi ha un consens clar sobre on és. La seva posició respecte la tendència de grups i subcultures a distingir-se a través del gust (la tesi de Bourdieu), és que segueix existint, però també apunta que la multiplicitat cultural ha esdevingut tant aclaparadora i les subcultures tant nombroses que ens trobem en un procés d'adquisició de jeraques coexistents, sense subordinació de cap d'elles a les altres. La seva postura és que no hi haurà mai més un acord general sobre el que és bo i el que és dolent. Assegura que ara és molt més necessari decidir-ho per un mateix que no pas abans, que hi ha més llibertat, que els àrbitres tenen menys força de pressió, especialment pel que fa als joves.

Peterson i Kern, en canvi, enlloc de parlar de dissolució de les fronteres prefereixen parlar d'aparició de *noves normes que governen les fronteres simbòliques*: no és el fet de consumir cultura «baixa» o «alta» el que distingeix, sinó la forma de fer-ho. Aquests autors creuen que la distinció s'estableix entre un consum irreflexiu per a la diversió personal, d'una banda, i un consum basat en l'apreciació intel·lectual, de l'altra. En altres paraules, l'etnocentrisme inherent a l'esnobisme elitista estaria essent substituït per un relativisme cultural que esdevé la nova forma de marcar les fronteres simbòliques: es consumeix de tot, però lluny de la identificació com a fans de *country*, seguint l'exemple de Peterson i Kern, el gust distingit l'aprecia i critica en relació a algun coneixement del gènere, dels seus intèrprets principals, les seves connexions a altres formes culturals, etc. Així, per tant, l'estratègia dels grups d'estatus dominants hauria canviat i, cansats de combatre la cultura popular com a menyspreable, haurien passat a incorporar elements d'aquesta cultura popular a la cultura del grup d'estatus dominant.

CULTURA JUVENIL I JOVENTUT

El gust defineix el jove i la jove, el personalitza situant-lo a l'espai social. L'univers del consum, de la roba, dels llocs d'oci, de la música que s'escolta al *walkman*, de la cultura juvenil en general, és un univers que serveix per mostrar als joves quina és la seva posició social i la dels altres: en l'espai juvenil segur, però també en l'espai social. En relació al conjunt dels gustos, els gustos i activitats de la cultura juvenil es defineixen —a banda de pel seu públic potencial— per la *intensitat* amb què compleixen les funcions pròpies de tota cultura consumista: omplir el temps lliure i personalitzar —mitjançant estratègies d'identificació i diferenciació— a través de la integració en un sistema de consum.

Aquesta major intensitat és producte de les característiques dels joves contemporanis: majoritàriament fora de l'estructura productiva, els joves i les joves es concentren en les diferenciacions i distincions que promou el consum (ja que les diferenciacions ocupacionals encara no estan al seu abast). Un consum directe i barat que comença a aparèixer —a Catalunya a partir del anys seixanta— articulat al voltant del mercat musical, amb els discos i les pel·lícules de les estrelles musicals del moment.

Una de les característiques particulars de la cultura juvenil és la seva capacitat per omplir aquell *temps d'espera* que delimita la joventut com a procés i que s'acaba amb l'accés a les responsabilitats adultes. Com que a les nostres societats aquest temps d'espera s'ha allargat progressivament, la situació laboral no atorga identitat —consciència d'ocupar un lloc a l'espai social— fins a una edat avançada. Això fa que durant la transició, un cop s'ha deixat de ser un nen o una nena, s'habilitin altres mecanismes a tal efecte.

Donada la dificultat per imposar socialitzacions rígides, aquell temps d'espera fluctua entre una cultura de l'oci i l'educació formal de les escoles, ambdues amb valors molt diferents. L'educació formal no deixa de ser en ella mateixa un temps d'espera més, una inversió que només fructificarà quan s'accedeixi al mercat laboral. En canvi, la cultura juvenil, la cultura de l'oci, no és una inversió sinó un consum que proporciona gratificacions i coneixements immediats, i per això és el territori més adient per portar a terme aquelles estratègies d'identificació i diferenciació que intentaran convertir l'accidentalitat del procés juvenil —identificat com a mer *passa-temps*— en quelcom de substancial. En aquest procés, l'educació formal només és un teló de fons, necessari però secundari, sobre el qual es desenvolupa l'acció vital. Normalment «estudi» i «diversió» (que correspondrien a l'esfera de la personalització pel consum) es plantejen com a oposats, i el temps del qual disposen els joves és limitat, la qual cosa significa que cadascú estableix el seu equilibri entre un i altre. Els *empollons* i *empollones* dels quals hem parlat a la primera part trien només l'estudi, i els més *marxosos* i *passotes* dels joves trien només la diversió. I la gran majoria que no està a cap dels dos extrems se situa entremig. I a part hi ha els *herois*, que són aquells que amb un mínim de dedicació a l'estudi i un màxim a la diversió, aconsegueixen triomfar en les dues arenes: aproven i es diverteixen com el que més.

La cultura juvenil és, per tant, un camp de joc propici per identificar-se socialment davant dels altres (que també distingeix els que la ignoren). Identificar-

se significa sentir-se part d'uns grups (endogrup) i no d'uns altres (exogrup), i tan important és identificar-se amb algú com poder diferenciar-se d'algú altre. En aquest procés són essencials les interrelacions que els joves estableixen, però també els mitjans de comunicació, ja que produeixen els continguts que els joves s'apropriaran per crear aquest joc d'identificacions i diferenciacions, que és tan individual com col·lectiu: com a col·lectiu la joventut cerca estratègies per distingir-se de la infància i del món dels adults. La paraula clau és «innocència»: els joves i les joves han deixat de ser ingenus com els nens en prendre consciència de la sexualitat, de les drogues, de la música, de la política, etc., però volen sentir-se innocents d'un món —l'adult— mal fet, vers el qual respondran amb uns valors propis, distints —o almenys això sembla—. Però també es dona una diferenciació individual i grupal dintre del mateix col·lectiu juvenil a partir de la creació de grups, subcultures, subtils associacions que tenen com a punt de trobada uns gustos compartits.

L'univers juvenil, per tant, es pot veure com un espai personalitzador que, amb la creació d'endogrup i exogrup, es mou entre la densitat i la flexibilitat. Una densitat relativa, ja que l'unió grupal no té el seu origen en la defensa d'uns interessos concrets a l'estructura productiva —sinó en el simulacre consumista— i una flexibilitat que ve determinada per aquest caràcter merament consumista que ens mostra la seva veritable naturalesa: la de pura diversió intergrup. Així, no totes les personalitzacions a través de la cultura juvenil són igualment denses o flexibles. N'hi ha de molt poc denses —els *empollons*, per exemple, no estan preocupats per personalitzar-se a través de la cultura juvenil, sinó per tenir un bon expedient— i de molt denses, i són aquestes últimes —entre les quals destaquen les periodísticament anomenades *tribus urbanes*, com els *heavies*, *skins*, *punks*, etc.— les que millor representen la capacitat de personalitzar que té la cultura juvenil. Aquesta temptació de densitat té la seva explicació: al ser —la cultura juvenil— una de les poques formes d'expressió dels joves i les joves, no és una cultura parcial com ho pot ser la cultura de l'oci per als adults, generalment dirigida a omplir un temps molt concret i definit de la seva vida quotidiana i no la totalitat de la seva existència, com sí passa en el cas dels joves, per als quals la cultura juvenil dona uns continguts vàlids per regir els diferents àmbits de l'existència: un estil de vida que aspira a donar, d'una manera fàcil i poc costosa, la informació necessària per aprehendre i classificar la realitat social mitjançant la identificació amb el grup —conformat a partir d'un gust comú—. Si en tota cultura de masses el

consum distingeix el consumidor, en la cultura juvenil aquesta identificació entre consumidor i producte consumit pot arribar a la seva màxima expressió.

El mecanisme a través del qual es té accés a la personalització juvenil és la integració dels joves a l'estructura de consum i la capacitat de crear un mercat propi. La joventut, si bé és marginal a nivell productiu, té la suficient capacitat adquisitiva com per fer d'aquest mercat propi un dels més importants de la cultura de l'oci. Cultura juvenil i mercat s'alimenten mútuament. El mercat és la infraestructura a partir de la qual la cultura juvenil es desenvolupa. Aquest mercat s'articula doblement, per una part obté els seus beneficis del consum dels propis mitjans de comunicació i, per l'altra, del consum dels objectes-símbol —robes, marques, begudes, etc.— generats a partir del seus propis continguts. El consum d'aquests objectes-símbol —mecanismes socials de connotació— és un dels instruments que utilitzen els joves i les joves per portar a terme les estratègies d'identificació i diferenciació.

6. Terrassa

Abans d'acabar aquesta segona part, situarem ràpidament la població objecte d'estudi, situada en un lloc i un moment determinats. El lloc és la ciutat de Terrassa, i el moment l'any 1996.

La població de Terrassa era, el 1994, de més de 161 mil habitants¹⁹. D'entre 14 i 18 anys n'hi ha uns 12 mil (a *grosso modo*)²⁰. D'aquests, els que no estudien queden automàticament fora de la nostra anàlisi. Matriculats als cursos que —en teoria— es corresponen a les edats compreses entre els 14 i els 18 anys hi havia, un curs abans, uns 13 mil alumnes²¹.

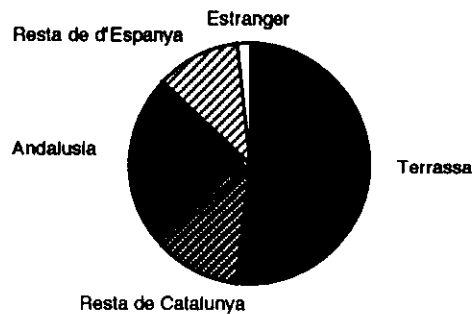
La majoria dels joves d'aquestes edats ha nascut a Terrassa mateix, però molts dels seus pares no. Terrassa és una de les ciutats catalanes amb una immigració més accentuada. La següent gràfica, que inclou totes les noves generacions majoritàriament nascudes a Terrassa, és prou significativa.

¹⁹ Font: Estadística comarcal i municipal, 1995, p.670-71.

²⁰ L'any 1994, dels 161 mil habitants de la ciutat, més de 10 mil (per sobre del 6%) tenien entre 10 i 14 anys i aprop de 14 mil (rondant el 9%) entre 15 i 19 anys. (Font: Padró Municipal Habitants 1 de gener de 1994).

²¹ Font: Document base del *Pla integral de joventut*, Servei de joventut, 1996.

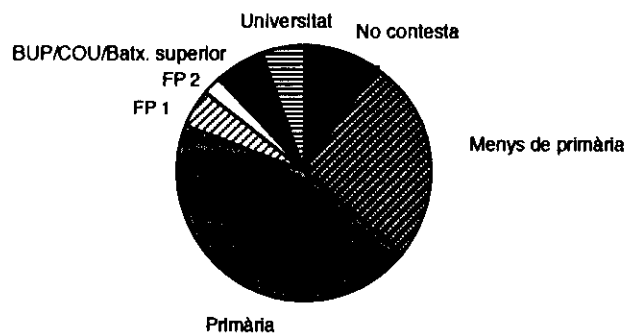
**Estructura de la població del 1992
segons el lloc de naixement**



Font: Document base del *Pla integral de joventut*, Servei de Joventut, 1996.

Són joves que, recordem-ho, van nèixer entre el 1978 i el 1982, en plena devallada de la natalitat (que havia començat el 1974) i ja en plena democràcia. Han crescut amb el problema de l'atur instituït com a permanent. A Terrassa, el 1991 quasi el 21% de la població activa de la ciutat estava aturada²². Pel que fa a la instrucció total de la seva població, la immensa majoria dels Terrassencs té com a molt estudis primaris.

Instrucció total de la població de Terrassa el 1992



Font: Document base del *Pla integral de joventut*, Servei de Joventut, 1996.

²² Font: IEC, 1991.

PART III

EL GUST EN JOC

III—EL GUST EN JOC

Ha arribat el moment, finalment, de presentar els resultats de la recerca. Les fonts d'informació han estat, bàsicament, dues. En un primer moment es va passar una enquesta bastant extensa a 364 nois i noies de 7 centres escolars de la ciutat de Terrassa. Els joves tenien, la majoria, entre 14 i 18 anys, i tots cursaven educació secundària, com a molt 3^{er} de FP o BUP o 1^{er} de Batxillerat.

Les dades obtingudes d'aquesta enquesta es van treballar estadísticament. Amb algunes variables seleccionades es va treballar extensament amb el tipus d'anàlisi factorial, provant diferents tipus de camins. Amb algunes de les altres variables es van examinar taules de contingència i algunes anàlisis ANOVA, però l'eix del tractament estadístic sempre va ser l'anàlisi factorial, amb el qual es va provar de diverses formes simplificar la informació obtinguda.

Paral·lelament a aquest tractament estadístic es va començar una primera ronda de 10 entrevistes individuals amb joves (dels mateixos centres i també d'altres de diferents) orientades a tractar la percepció global de la pròpia joventut de Terrassa a partir del gust. Un cop acabat l'anàlisi factorial, es va fer una segona ronda d'entrevistes, en aquest cas van ser 20, orientades a contrastar els factors obtinguts de l'anàlisi estadística.

7. Quina mostra per quina població

L'estudi només s'ocupa dels joves que estudien a centres de secundària. Tots aquells que abandonen els estudis, que ja a partir dels 14 i 15 anys, però sobretot dels 16, representen un sector important de la població, tant quantitativament com qualitativa. L'aproximació a aquests estudiants de secundària (BUP, FP, ESO) s'ha fet, bàsicament, com ja hem dit més amunt, a través d'una enquesta a més de tres-cents nois i noies i 30 entrevistes en profunditat.

ENQUESTA

La nostra mostra, que consta de 364 casos (malgrat que no tots els enquestats

són de Terrassa i alguns tenen més de 18 anys) representa al voltant del 3% de la població estudiada (els joves estudiants de secundària de Terrassa). El percentatge és prou important, però la selecció de la mostra no s'ha fet seguint cap criteri de significativitat estadística, sinó que es correspon a un mostreig intencional (Azorín i Sánchez-Crespo, 1986): hem estat nosaltres els que hem seleccionat la mostra a partir d'uns criteris de representativitat basats en la pròpia intenció (centres de diferents barris, tipus d'estudis i clientela. És per això que les freqüències i tants per cent obtinguts —encara que el cor del tractament estadístic no serà d'aquest tipus— han de ser presos amb més cautela de l'habitual.

Es van escollir nou centres de secundària amb característiques diverses (FP, ESO i BUP; privats, concertats i públics; privats amb clientele i orientacions diferents; etc.). Dels 9 centres escollits, es va poder acordar la col·laboració de 7, cadascun dels quals va triar dos grups-classe per respondre l'enquesta. Aquest fet pot esbiaixar encara més la mostra per diversos motius: pot passar que els centres triïn els grups-classe que «millor els faran quedar», o senzillament que per qüestions d'horari o d'atzar el grup enquestat sigui molt diferent als altres del centre.

També cal recordar un cop més que tots els enquestats són estudiants (les enquestes s'han contestat en hores lectives a centres de secundària). Així, des d'un començament ja deixem fora una part important i molt significativa de la població d'entre 14 i 18 o 19 anys: tots aquells que han deixat els estudis. És una recerca, per tant, sense pretensió d'exhaustivitat.

CENTRES

Els centres escolars escollits per conformar la mostra són una bona representació de la varietat de centres de secundària a Terrassa. Són set centres, tots amb unes característiques interessants —en principi— pel tipus d'investigació que es vol fer, més orientada al descobriment de la diversitat juvenil que a la descripció estadístico-representativa. A continuació descriurem breument les característiques dels 7 centres de la mostra.

Centres de Formació Professional

A la nostra mostra hi ha dos centres de formació professional (FP). Un d'ells és un institut públic, massificat i —segons les entrevistes realitzades— amb certa fama —no confirmada pels alumnes entrevistats del propi centre— de conflictivitat per la

composició del seu alumnat: *«Ese instituto es un poco follonero, porque ahí se mete un poco de todo»*, ens diu una noia de disset anys.

L'altre centre és un centre privat concertat i religiós, però de caràcter netament *popular*, de manera que els nois i noies dels centres públics no veuen el seu alumnat con essencialment diferent per aquest caràcter (només que «estudien més») i sí pel fet de ser un centre de FP.

Centres de Batxillerat Unificat Polivalent

A la mostra hi ha tres centres de BUP, amb característiques diferents. D'una banda hi ha dos centres privats, un és un centre privat concertat de caràcter laic amb una llarga història com a escola progressista i catalana on, majoritàriament, els nois i noies fan a la mateixa escola tot el cicle escolar, des dels tres anys fins a la universitat. La imatge que d'ell tenen els joves i les joves terrassenques és la d'un col·legi per gent amb un nivell adquisitiu alt on *es parla molt en català*: *«Sí, es un colegio de pijos»*, diu un alumne del mateix centre. L'altre centre privat té una clientela similar però és un centre religiós. Tot i això, els entrevistats tendeixen a considerar que els alumnes que hi van són semblants al primer, però una mica més heterogeni. Finalment, el tercer centre de BUP és un centre públic. Els entrevistats acostumen a percebre els centres públics com a molt semblants entre ells.

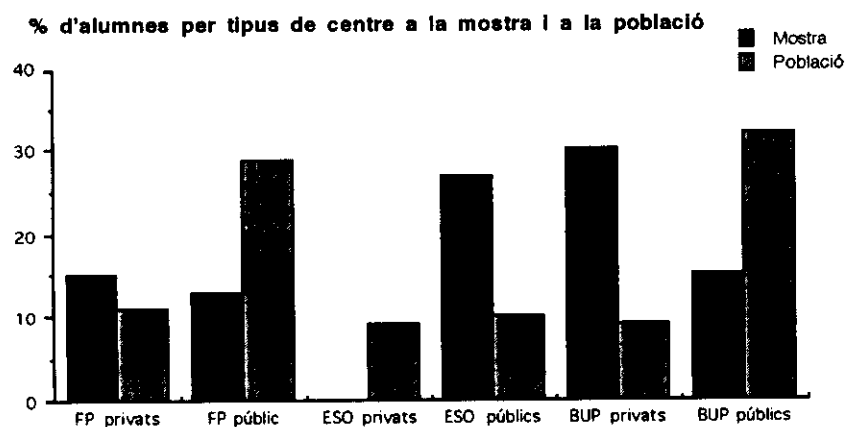
Centres d' ESO

Els altres dos centres de la mostra són centres públics que ja estaven aplicant la Reforma educativa, és a dir, la nova Educació Secundària Obligatoria i el nou Batxillerat. Aquest tipus d'educació secundària, generalitzada l'actual curs escolar, es caracteritza per iniciar-se dos any abans que els antics FP i BUP, d'una banda, i per unificar en un mateix centre tot l'alumnat, amb la qual cosa s'elimina la separació en dues escoles (FP i BUP) dels alumnes que han acabat l'educació primària.

Població i mostra

A la nostra mostra els alumnes dels centres de BUP privats i d'ESO públics estan notablement sobrerrepresentats, mentre que els centres de FP i BUP públics i d'ESO privats estan considerablement subrepresentats. Així, per exemple, si el BUP i l'FP públics aglutinen al voltant del 60% dels alumnes de secundària, a la nostra mostra només representen el 28% dels enquestats.

	Mostra	Terrassa
FP privats	15%	11%
FP públic	13%	29%
ESO i Batx. privats	0%	9%
ESO i Batx. públics	27%	10%
BUP i COU privats	30%	9%
BUP i COU públics	15%	32%
Total	100%	100%



CLASSE SOCIAL

Si la recerca se centra en l'objectiu d'establir una distribució social del gust i posar-la en relació a l'estructura social, cal establir un criteri per identificar aquesta estructura social. L'anàlisi de Bourdieu distingeix, com hem vist més amunt, estableix l'espai social a partir del volum i l'estructura del capital: distingeix entre capital econòmic, cultural i social. En aquesta recerca per identificar la ubicació dels enquestats en l'estructura social es parteix de la posició dels pares, i donada la dificultat d'identificar amb precisió, a través de les respostes dels enquestats, els capitals econòmic i cultural dels seus pares, hem adoptat un criteri pragmàtic —i menys precís— que es fonamenta exclusivament amb l'ocupació d'aquests.

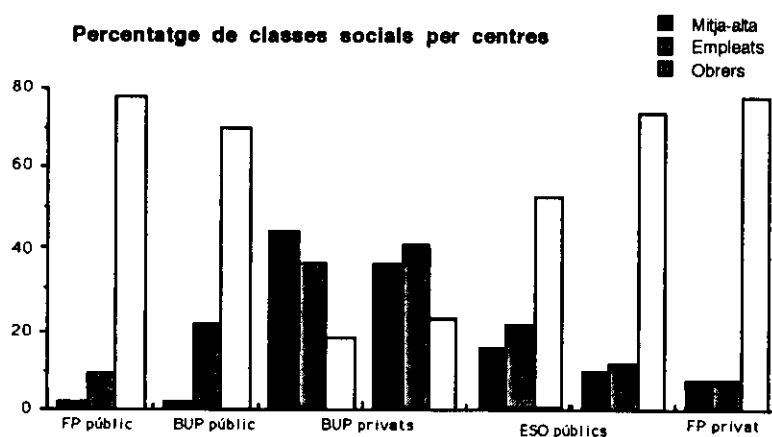
A l'enquesta hi havia tres preguntes que pretenien copsar el nivell professional dels pares dels joves: situació ocupacional, descripció de la professió i del tipus de vinculació (assalariat o assalariada, autònom o autònoma, etc.). Els joves no sempre van respondre les preguntes, i dels que les van respondre no tots ho van fer amb prou claredat. Malgrat això, conscients de la indefinició d'alguns dels casos, i amb l'ajut d'altres preguntes de l'enquesta, vam anar situant la majoria dels individus, un per un —els que oferien prou informació—, en 80 categories professionals diferents. Un dels criteris era diferenciar, d'entre aquestes 80 categories, aquelles que corresponien a treballs de coll blanc (serveis) d'aquelles que corresponien a treballs de coll blau (manuals). Dintre dels treballadors manuals, que vam anomenar obrers, es volia distingir entre dos tipus: d'una banda els que gaudien d'una posició presumiblement més privilegiada (fos per ingressos, situació respecte els mitjans de producció o per simple qualificació: treballadors autònoms —o fins i tot amb alguns treballadors assalariats—, mecànics, fusters, jardiners, oficials i encarregats d'obra, etc.), i d'una altra els que semblaven ocupar una situació més precària (transportistes, cosidores, cambrers, obrers tèxtils, ajudants de cuina, etc.). En veure que els primers resultats analitzats es mostraven molt semblants entre uns i altres, vam decidir simplificar l'anàlisi i els vam unir en un sol grup, el dels «obers».

Les professions de coll blanc, per la seva banda, las vam diferenciar en dos grups: d'una banda el que hem anomenat classe «empleada» —que aglutina aquelles professions no manuals de mitjana i baixa qualificació (i sous semblants als dels obrers, en molts casos fins també bastant inferiors)—, i d'una altra el que hem anomenat classe «mitjana-alta», que reuneix als empresaris amb assalariats, les professions liberals i les professions més prestigioses i ben remunerades de la mostra (contratistes, comercials alts, professors universitaris, òptics, metges, publicistes, psicòlegs, etc.).

Hi ha professions —i part de respostes concretes, que també— que presenten problemes a l'hora de la seva distribució en alguna de les tres classes. Això fa que algunes de les decisions siguin molt discutibles. Per exemple, hem optat per considerar els professors de primària i secundària com a components de la classe empleada, la mateixa en la qual hem col·locat els policies, els funcionaris de Correus i de Renfe, els professors d'auto-escola o els comercials baixos. També hem decidit incloure ens conserges, els cambrers i les dones que treballen en la cura de persones a la classe obrera. Una altra dificultat radicava en la ubicació de la petita-burguesia comerciant (els botiguers), que ha acabat radicant en la classe

empleada. Aquests criteris s'han pres perquè l'objectiu que perseguíem al diferenciar les tres classes era copsar tres ambients diferents, tres *habitus* diferenciats. El problema radica, òbviament, que una simplificació com aquesta, i a més operacionalitzada a partir d'informació incompleta, «construeix» una realitat nova diferent de la que es vol estudiar. Tot i així, i sent conscients de les barreja i reduccions de les quals aquesta classificació pugui ser culpable, hem cregut que aquesta era la millor forma d'operacionalitzar el tipus d'anàlisi que es volia fer.

Així tenim una *classe mitjana-alta* (63 casos) composta per empresaris, contractistes, caps de vendes, professors universitaris, advocats, metges, psicòlegs, farmacèutics, enginyers, etc. Després tenim una *classe empleada* (78 casos) formada per delinians, secretàries i oficinistes, artesans, funcionaris mitjans, empleats de la banca, professors de primària i secundària, infermeres, etc. I finalment hi ha la *classe obrera* (202 casos), no necessàriament econòmicament inferior a l'empleada, formada per guixaires, fusters, electricistes, pintors, jardiniers, taxistes, transportistes, mecànics, cuiners, manobres, oficials i encarregats d'obra, etc. L'enquesta deixa sense identificar 21 casos que ha estat impossible ubicar en algun dels tres grups.



Si observem els percentatges d'alumnes enquestats a cadascun dels centres de la mostra, veurem que els dos centres privats de BUP tenen una composició totalment diferent a la resta: hi predomina no la classe obrera, com en tots els altres (amb més o menys intensitat) sinó l'empleada i mitjana-alta.

Entrevistes

A banda de l'enquesta, s'han fet 30 entrevistes en dues rondes (a banda de quatre entrevistes exploratòries anteriors a l'enquesta). En una primera ronda se'n van fer deu orientades a extreure tipologies de joves utilitzades i percebudes pels propis entrevistats, d'una banda, però també a provocar artificialment als joves en algunes direccions concretes. La segona ronda, en canvi, i un cop ja s'havia analitzat l'enquesta en profunditat, va consistir en 20 entrevistes centrades bàsicament en la contrastació dels resultats de l'anàlisi factorial obtingut a les enquestes.

Els individus entrevistats es van elegir de diverses formes. Alguns els van triar els propis centres a partir de la nostra demanda de diversitat, altres es van escollir a través d'alumnes dels centres, als qui també se'ls va demanar seguir el mateix criteri. Algun d'ells, a més, no és de cap dels set centres que conformen la mostra de l'enquesta.

8. La distribució del gust per classes socials

¿Com es pot analitzar la distribució del gust segons la classe social? La veritat és que hi ha molts tractaments estadístics possibles, cadascun amb les seves peculiaritats. Donada la gran quantitat d'informació de la qual disposem a la nostra enquesta, d'una banda, i del caràcter no estadísticament representatiu de la mostra, de l'altra, vam decidir centrar el tractament estadístic en l'anàlisi factorial, el gran avantatge del qual és que permet reduir la quantitat de dades inicials conservant la informació més essencial. La lògica de l'anàlisi és la següent: es selecciona una sèrie de variables d'un mateix àmbit del gust (per exemple, el dels estils musicals), i amb l'ajut de l'anàlisi factorial s'extreuen, quan és possible, uns «factors» que indiquen la tendència d'algunes d'aquestes variables (per exemple tres estils musicals determinats) a aparèixer agrupats. En altres paraules, que si l'anàlisi extreu un factor on els components «música heavy», «música punk» i «música grunge» tenen una puntuació alta, això indica que aquests tres estils musicals tendeixen a aparèixer o no aparèixer plegats, i que per tant quan a algú li agrada la música heavy, hi ha moltes probabilitats que també li agradi la música punk i grunge, i que quan a algú no li agrada la música heavy, també hi ha moltes probabilitats que tampoc li agradin aquestes dues. Així, enlloc d'haver de treballar

amb correlacions de totes les variables amb totes les variables, amb aquest tipus d'anàlisi obtenim un o més factors que ens resumeixen les dades en paquets molt més informatius (i amb el gran avantatge que la no representativitat estadística de la mostra no és un inconvenient, ja que estem parlant de grups quantificats, sinó de tendències existents).

El cor del tractament estadístic de l'enquesta, per tant, ha consistit en una anàlisi factorial. Encara que s'han treballat moltes més variables, l'anàlisi factorial final ha consistit en un examen de les variables de cinc àrees temàtiques per cadascuna de les tres classes socials: què fem aquest cap de setmana? (activitats d'oci); què prenem aquest cap de setmana? (consum de drogues); què ens posem aquest cap de setmana? (gust en el vestir); què escoltem aquest cap de setmana? (gustos musicals); i a on anem aquest cap de setmana? (locals de nit).

El resultat és l'aparició d'una sèrie de factors que, a partir d'unes variables principals, ens permeten comparar tendències existents a les distintes classes socials. De cada factor, a més, n'hem calculat la presència a la mostra, per tenir una idea no només del seu perfil sinó del seu pes relatiu (en quina intensitat aquesta tendència és present a la classe social en qüestió: d'això n'hem dit la «presència»).

Així que, a cada classe social, obtenim uns factors per cada grup de variables, amb uns perfils determinats, i a més també en calculem la seva «presència» a la classe social en qüestió. D'aquesta manera podem comparar si les diferents tendències en àmbits dels gust són iguals i tenen el mateix pes a les diferents classes socials o si, en canvi, varien significativament. Això ens pot permetre comprovar si el gust està efectivament distribuït en pautes superposades a les de l'estructura social o no. Si els factors són els mateixos i tenen el mateix pes a les diferents classes socials, això voldrà dir que la classe social no té res a veure, i que per tant l'estructura social no juga cap paper en la distribució social del gust.

Per entendre la lògica de l'anàlisi que proposem hem de definir primer els conceptes que utilitzarem. El concepte principal és el concepte de «figura». Anomenem «figures» —com la figura del fugitiu o del *porrero*, que després definirem— als factors producte de l'anàlisi. Cadascuna de les figures ve definida pel major o menor pes que cada variable —com «anar a *El Corte Inglés*» o «beure cervesa»— té en el perfil del factor corresponent. A cada variable, que pot tenir més o menys pes en cadascuna de les figures, l'anomenem «component», que pot ser

més o menys «preeminent» segons el seu pes.

També parlarem de la «presència» de cada figura a les diferents classes socials, la qual cosa ens servirà, com hem dit més amunt, per fer-nos una idea del grau manifestació d'aquesta figura a la classe social corresponent²³. Per acabar, també parlarem de la «densitat» de les figures, en referència al tant per cent de la variança (dels valors de les variables abarcades per l'anàlisi) que explica. Com més alta sigui la densitat, més informativa, més compacta serà la figura: explicarà en major grau la variació dels valors de les variables estudiades a la mostra²⁴.

QUÈ FEM AQUEST CAP DE SETMANA?

Un cop se surt per la porta de l'escola, ha arribat el moment de fer el que es vol (deures escolars i familiars a part), i per tant cal triar com s'inverteix el temps i, si se'n tenen, els diners. ¿Hi ha ocis que acostumen a anar plegats? Una pregunta de l'enquesta demanava la freqüència amb què es fan 21 activitats diferents: escoltar música a casa, anar a Sabadell o a Barcelona, jugar a l'ordinador, estar i passejar pel carrer, anar al cinema, al teatre o al futbol, anar a exposicions o museus, a concerts, a dormir a casa d'amics, o a passar-hi l'estona, anar a bars i discoteques per la nit, a bars per les tardes, a *fastfoods*, a passar el dia a la muntanya, a *El Corte Inglés* (de Sabadell o Barcelona), etc. Aquestes són les figures suggerides per l'anàlisi factorial.

La figura del fugitiu

La ciutat no és un univers tancat i per això existeix la figura del fugitiu: joves que decideixen exiliar-se per l'apropiació de l'únic territori veritablement propi: l'oci del cap de setmana. Els fugitius i fugitives són joves terrassencs que emigren cap a altres ciutats —preferentment Sabadell o Barcelona— en una aventura a la recerca de bars, discoteques o grans superfícies on veure i deixar-se veure. Llocs i

²³ Sobre la «presència» cal fer tres advertències. En primer lloc, la informació que proporciona ja no només fa referència a «tendències», sinó a la manifestació de les tendències a la mostra, i per tant no és una presència representativa de la població, sinó de la mostra. En segons lloc, quan algun dels components té un pes negatiu el seu caràcter indicatiu desapareix. I en tercer lloc, i això és important remarcar-ho, la comparació entre les figures de les distintes classes socials és únicament nominal, és a dir, es fa observant les distintes posicions relatives de preeminència que cada figura té a la mateixa classe social, i no comparant els diferents valors de presència d'una o diverses figures a classes socials diferents.

²⁴ Els criteris per acceptar els factors com a vàlids han estat la mesura d'adequació Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) i la Significativitat.

carrers diferents d'aquells que porten a l'escola i on la rutina deixa pas a una promesa de plaer: darrera d'un fugitiu o fugitiva sempre hi ha un retret a la pròpia ciutat, per inhòspita —«és que Terrassa és un poble, Sabadell és molt més ciutat, té més llocs per anar a passejar i estar», diu un noi terrassenc. La fugida és interclassista, pràctica tant de la classe obrera com dels empleats o de la classe mitjana-alta. I si bé és a la classe obrera on més densitat adquireix aquesta figura, la presència més accentuada apareix a la classe mitjana-alta. Les classes comparteixen destinació —Sabadell i, menys, Barcelona— però els refugis són diferents: d'una discoteca a l'altra l'ambient pot canviar radicalment, i el tipus de gent també. Malgrat que molts entrevistats van o volen anar a Sabadell, altres diuen que no els deixen, que les seves famílies volen que estiguin a prop. A la classe mitjana-alta, el fet d'anar a *El Corte Inglés* que, tot i que amb una intensitat moderada, va lligat a aquesta figura, esdevé un factor propi (això sí, amb un pes femení molt accentuat). Pel que fa als entrevistats, una noia no entenia què s'havia d'anar a fer a *El Corte Inglés* de Sabadell, com si fos la cosa més excèntrica del món («per aquí a Terrassa sí, a mirar tendes, però... a Sabadell?»); una altra explicava que sí, que ella ho fa molt sovint, que li agrada passar-hi l'estona i després anar a prendre alguna cosa; una tercera reaccionà així: «Sí, és curiós... se'n van a Sabadell o a Barna i en comptes d'anar a veure museus o passejar per les Rambles van a *El Corte Inglés*... jo ho trobo molt fort». Aquesta mateixa noia diu que no és una activitat pròpia de les noies, sinó dels *pijillos*, de gent que va *arregladeta*.

La figura del marxós ²⁵

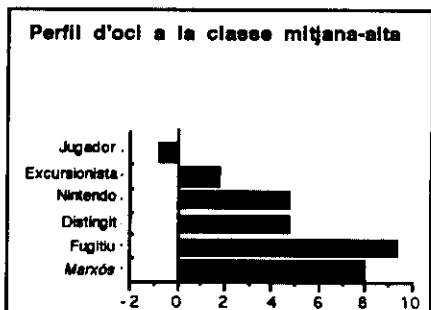
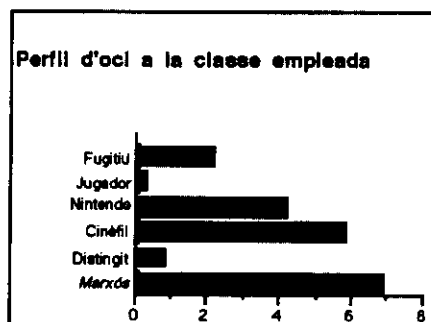
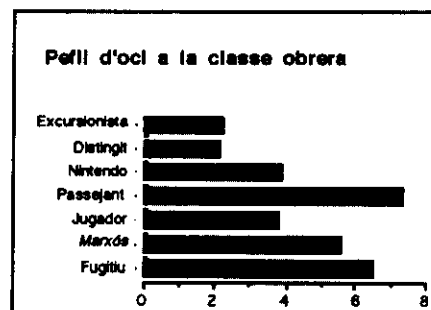
Si el fugitiu fuig de la ciutat, el *marxós* o *marxosa* posa la frontera a la sortida de casa i de l'escola. S'abandona la infància i es descobreixen activitats que violen l'innocència anterior. Les primeres begudes alcohòliques, potser el tabac i, els més atrevits —o inconscients, si parlem des del punt de vista dels «grans»— altres drogues. Les discoteques i els bars, espais on ni adults ni nens no hi tenen cabuda (i quan n'hi ha perden el seu valor, com és el cas d'una discoteca per menors que molts menyspreen «perquè hi ha nens d'11 i 12 anys!»). Els joves volen estar sols, lluny dels nens, que encara no saben què és la vida, i també dels grans, per poder fer-hi la seva sense haver de donar explicacions a ningú.

²⁵ Anar de *marxa* vol dir sortir per la nit o per la tarda a bars i discoteques, i normalment implica rodejar-se de música o alcohol (o ambdues coses, evidentment) i la construcció de moments únics: és un espai de diversió intensa, on els amics, el riure i el flirteig són l'objectiu principal.

QUÈ FEM AQUEST CAP DE SETMANA?

Activitats d'oci a la classe obrera

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Passejant	7.3	6 %	1. Anar pel carrer 1. <i>Escollir música a casa</i>
Fugitiu	6.5	21 %	1. Anar a Sabadell 2. Anar a Barcelona 3. Anar a El Corte Inglés
Marxós	5.6	9 %	1. Anar a discoteques 2. Anar a bars 3. Anar a jugar al billar
Nintendo	3.9	6 %	1. Anar a veure futbol 2. Jugar amb l'ordinador
Jugador	3.8	8 %	1. Jugar amb màquines 2. Jugar al Qzar 3. Jugar al billar
Excursionista	2.2	5 %	1. Anar a la muntanya 2. Anar a fastfoods
Distingit	2.1	5 %	1. Anar a concerts 2. Anar al teatre 3. Anar a exposicions



Activitats d'oci a la classe empleada

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Marxós	6.9	16 %	1. Anar a jugar al billar 2. Anar a discoteques 3. Anar a bars 1. <i>Anar a fastfoods</i>
Cinèfil	5.8	9 %	1. Anar al cinema 2. Anar a exposicions
Nintendo	4.2	8 %	1. Jugar amb l'ordinador 2. Anar a veure futbol 1. <i>Anar a atraccions</i>
Fugitiu	2.2	6 %	1. Anar a El Corte Inglés 2. Anar a Sabadell 3. Anar a Barcelona
Distingit	0.8	11 %	1. Anar al teatre 2. Anar a concerts
Jugador	0.3	6 %	1. Jugar amb màquines 2. Jugar al Qzar

Activitats d'oci a la classe mitjana-alta

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Fugitiu	9.3	12 %	1. Anar a Sabadell 2. Anar a casa d'amic 3. Anar a Barcelona 1. <i>Anar a El Corte Inglés</i>
Marxós	8.0	18 %	1. Anar a jugar al billar 2. Anar a discoteques 3. Anar a bars 1. <i>Anar a fastfoods</i>
Nintendo	4.7	6 %	1. Jugar amb l'ordinador 2. Anar al cinema 3. Anar a veure futbol
Distingit	4.7	9 %	1. Anar al teatre 2. Anar a exposicions 3. Anar a concerts
Excursionista	1.8	6 %	1. Anar a la muntanya
Jugador	-0.7	5 %	1. Anar al Qzar

Aquesta figura es defineix per espais com bars, discoteques, locals on jugar al billar o al futbolí i restaurants de menjar ràpid on reproduir el ritual diari del sopar en companyia més grata. La figura del *marxós* apareix a totes les classes socials, si bé densitat i presència augmenten paral·lelament al nivell social. Els fills i filles dels més adinerats són els que més el porten a la pràctica. És perquè no estan bé a casa seva? Perquè tenen més llibertat? O perquè tenen més diners? Sigui com sigui, és a les classes empleada i mitjana-alta on més presència adquireix la figura i on anar a jugar al billar o al futbolí és el component principal. A la classe obrera, més popular, en canvi, la figura es caracteritza molt més pel component «bars/discoteques de nit».

A les classes empleada i mitjana-alta l'anar a *fastfoods* apareix com a factor diferenciat: no està especialment lligat al fet d'anar a bars o discoteques, mentre que a la classe obrera sí. Els entrevistats asseguren que a aquests locals hi va gent de tot tipus i procedències socials, encara que algun d'ells estableixen una distinció entre *fastfoods* i el tradicional *frankfurt*: «Yo creo que a los fastfoods va la gente que tiene dinero. La que no va bien de dinero va a un frankfurt o a un sitio normal... pero a esos sitios va gente de dinero».

La figura del jugador

Associat al *típic maquinier*, jove de cabells curts i enamorat de les discoteques de música màquina, apareix un altre *maquinier*, més tradicional i reposat, que passa les tardes a les sales de màquines (sales recreatives). Té un perfil obrer, ja que és a la classe obrera on més presència i densitat té aquesta figura. Els entrevistats acostumen a associar la sala de màquines amb un ambient obscur i gens recomanable: «Pues en un salón recreativo más bien hay gente que no estudia, que va allí a dejarse el dinero... y hay chungos, ¿eh?, porque yo la que conozco, y los otros que conozco, sólo hay chungos que van a buscar drogas allí o gente que no estudia o que roba y se deja el dinero allí... o gente... no hay mucha gente normal, ¿eh?». Altres, en canvi, les veuen com a llocs normals, amb tot tipus de gent (el barri on es viu i les sales de màquines que es coneix poden ser factors determinants per a la percepció, però aquest no és el lloc per buscar explicacions a aquesta diversitat d'opinions). Uns altres, senzillament, diuen que les veuen com a «passades de moda». I un dels entrevistats, obrer, diu que es passa moltes estones a una d'aquestes sales. Aquest noi explica que per ell i els seus amics aquests locals i els parcs són els espais de reunió, on els jocs són un element secundari, i el que

importa és estar junts. Ignoren els bars i, per a aquest noi i els seus amics, només existeixen les sales de màquines i les discoteques.

A part de les sales de màquines també apareix, com a element associat, el fet d'anar al Q-Zar, encara que ara per ara ja no n'hi ha cap obert a la ciutat (el Q-Zar és un joc on, en espais especialment habilitats, dos equips armats amb escopetes electròniques mantenen una batalla). El Q-Zar apareix com a component diferenciat a la classe mitjana-alta, amb una presència testimonial però significativa. Els obrers diuen, en freqüències, que hi van més, però a la mitjana-alta anar al Q-Zar no va lligat a anar a sales de màquines.

La figura del passejant

El passeig és la forma d'apropiació de la ciutat per excel·lència, ja que el carrer és l'espai més públic de tots. Els joves són autèntics nòmades de la ciutat. Un cop es fuig de casa en busca d'un espai propi, el carrer és el més barat. La ciutat s'ha convertit, com diu Martín Santos, en un escenari buit, sense significat, en el qual aquests nous nòmades passen al costat dels seus monuments més valuosos sense ni tan sols mirar-los: ells busquen el que anomenen *ambient*, un espai propi (1988, p.130). Els joves no tenen espai propi, no tenen una casa sinó només una habitació, i sovint ni tant sols això, perquè és compartida. El carrer és de tots, i són els obrers els que tenen més consciència d'aquest espai com a lloc d'oci. La figura del passejant només existeix a la classe obrera on, a més, hi té més presència que cap altra figura. El fet d'estar o passejar pel carrer va lligat —lleugerament— al d'anar a casa d'amics. Alguns dels entrevistats tenen una percepció que coincideix amb aquesta informació: «Els nois que tenen menys peles van una mica entre ells, perquè és dediquen més a segons què, a passejar i altres coses» diu un noi d'un institut públic. Una noia que viu al centre de Terrassa i que ha anat a estudiar la secundària a una centre escolar públic d'un altre barri fa aquest comentari: «Allà, al col·legi del centre tothom estudia més que aquí o als col·legis de la perifèria... aquí la gent està més al carrer, els estudis interessen menys».

La figura del Nintendo

A l'hora de batejar aquesta figura tenim el problema de la seva peculiar composició, variable segons les classes, però amb dos components principals: passar l'estona jugant amb l'ordinador i anar a veure partits de futbol (siguin distingits espectadors de tribuna dels partits del Barça o incondicionals de l'equip del barri).

Aquesta curiosa combinació crea una figura preferentment masculina que apareix a totes les classes socials, si bé la presència i la preeminència dels components canvien d'una a l'altra. La figura està més present a les classes empleada i mitjana-alta. A més, «jugar a l'ordinador» pren més importància a l'hora de definir la figura de manera directament proporcional a l'augment del nivell social. Mentre a la classe obrera el «futbol» és l'activitat que més defineix, a la classe empleada i a la mitjana-alta l'activitat més preeminent és «jugar a l'ordinador»: «Sí, els que tenen més peles es barregen més amb ells, perquè si tenen, per exemple, els que tenen un ordinador, van tot el dia amb l'ordinador i passant-se jocs amunt i avall». Altres enquestats neguen aquest punt de vista, i pràcticament tots ells, menys un, neguen qualsevol relació entre anar al futbol i jugar a l'ordinador. L'únic entrevistat que sí reconeix la figura va contestar així: «Home, curiosament sí que conec tres o quatre persones que quan no estaven jugant a futbol estaven jugant a l'ordinador. (...) És curiós perquè sí, només pensaven en dues coses, en l'ordinador i el futbol. Només pensaven en això. Potser sí que hi ha una relació».

La figura del distingit

Estilista, elitista, cultillo... diferents paraules per definir un model d'oci amb consum distingit (teatre, concerts, exposicions, etc.). Menys els concerts, que poden ser de rock, els altres són ocis «distingits», aparentment oposats a la cultura popular i de masses pròpia de la cultura juvenil. Aquesta figura, preferentment masculina, té una distribució diferent segons la classe social: si bé apareix a totes les classes, la seva presència varia considerablement des d'una discreta presència i densitat a la classe obrera fins a una presència i densitat molt significativa a la classe empleada i —especialment— a la classe mitjana-alta, en la qual, a més, el component *teatre* té més preeminència i també inclou, a diferència de les altres, el component *exposicions*. Ambdós —exposicions i teatre— refereixen a formes de cultura compartides entre joves i adults (malgrat que són predominantment adults), mentre que a la classe obrera el component principal és anar a concerts, una forma d'oci cultural més propera al món juvenil que no a l'adult. Potser és aquesta la figura que encaixaria més clarament en l'anàlisi de Pierre Bourdieu, i on millor es veu aquella distinció que fa entre una cultura superior pròpia de les classes dominants i una cultura popular pròpia de les classes dominades. És important tenir present, malgrat tot, que la diferència es basa bàsicament no en aquells que hi van regularment (que hi vagin com a mínim un cop al més n'hi ha sempre menys que el 7%, i la diferència entre classes és percentualment mínima) sinó en aquells que hi

van bastant de tant en tant. Aquest tipus d'oci és, entre els joves, molt marginal.

La figura de l'excursionista

L'excursionista, aquest jove que, amb els seus amics, decideix anar a passar el dia o el cap de setmana a la muntanya, és difícil de definir. Si hom espera trobar-se el «típic» *cumba i catalufo*²⁶ de llargs cabells que entronca amb la tradició de l'escoltisme, ha d'estar advertit que també pot trobar-se amb un grup d'amics i amigues de barri que, amb l'entrepà, el *calimotxo* i la guitarra (i potser algun porro), passen la tarda, el dia o el cap de setmana cantant les darreres cançons de Camela o Calaitos: «Sí. Puedes ir de acampada. Yo conozco a gente que lo hace. Conozco a heavies que lo hacen, pero también a rapados... van a la Mola o bien a Mura, sitios así. Se llevan un montón de comida y de porros, y ya está», ens diu una noia de dinou anys. Aquesta ambigüitat, aquesta barreja d'escoltes amb gran dedicació al muntanyisme i joves que senzillament van a passar un dia a la Mola, a Montserrat o a qualsevol muntanya dels voltants, limita l'interès d'aquesta figura (encara que segur que en totes les altres figures també podríem trobar ambigüitats d'aquest tipus, aquí són especialment fortes). De tota manera, el cas és que la figura de l'excursionista està present a totes les classes i amb una presència i densitat molt similars, si bé es pot dir que té una mica més d'importància a la classe mitjana-alta.

La figura del cinèfil

Finalment apareix un element o component clàssic a l'oci juvenil: passar la tarda al cinema. L'amant del cinema només apareix com a factor diferenciador a la classe empleada, juntament amb el component anar a exposicions —que no apareix a la figura del distingit empleat.

QUÈ PRENEM AQUEST CAP DE SETMANA?²⁷

La infància queda enrera i amb ella la innocència. El sexe es fa present, i també el tabac, l'alcohol i les drogues. Elements, tots ells, que els grans, els pares, desaproven (i molts joves també, no ho oblidem). Per això els joves van a espais

²⁶ Són expressions dels propis joves: «catalufo» és un adjectiu despectiu que utilitzen els castellans per parlar dels catalano-parlants catalanistes. Més endavant l'examinarem amb més precisió.

²⁷ Les drogues que surten a l'anàlisi factorial només són aquelles amb capacitat per crear factors. Altres drogues que estaven presents a l'enquesta, com l'heroïna, cocaïna, etc, no surten donat el seu nivell inexistent de consum.

propis, on puguin investigar i fer allò que els vingui de gust sense haver de donar explicacions. Les drogues —l'alcohol i el tabac també—, ajuden a intensificar el trencament amb la innocent infància en el nou camí a la diversió immediata, aquí i ara. La clàssica màxima *sexe, drogues i rock'n'roll* és prou significativa. Hi ha drogues velles i drogues noves, algunes interclassistes i universals, altres lligades indissolublement a un tipus d'oci i d'ambient molt determinat. L'ús d'unes o altres pot servir, com tantes coses, per diferenciar diferents tipus de joves.

La figura del bevedor

És, sens dubte, la més clàssica de les figures —i segurament la més antiga—. Les festes, la desmesura carnavalesca de l'Edat Mitjana, ja tenien en la beguda un dels seus elements fonamentals. La separació entre alta i baixa cultura que hem analitzat més amunt va comportar la creuada contra la depravació moral que la beguda implicava. Els joves i la cultura juvenil, molt lligada a moltes característiques de la cultura popular, en oposició a l'alta cultura, persegueixen la desmesura i posen a prova els límits, i la beguda és la principal forma de fer-ho, ja que és una droga socialment acceptada. És la figura més universal i uniformement distribuïda (apareix a totes les classes per igual). Si volguéssim veure en ella un signe de distinció no ho aconseguiríem. Fins i tot la seva densitat és compartida. Les úniques diferències estan a la composició de la figura, si bé tots els components de l'alcohol tenen una preeminència important.

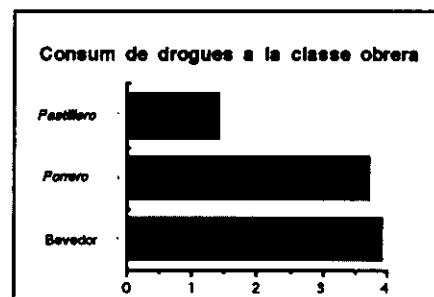
La figura del 'porrero'

El porro també ens transporta a altres èpoques, ja que té un cert regust al *hippisme* dels seixanta, a *ranci* segons alguns dels nostres joves insolents. La figura del *porrero* té una composició molt estable: tabac, porros i cervesa. Com totes, és una droga grupal. Segons les entrevistes, «*de tirados y gente así*». Si bé la figura mostra un perfil ortodox a les classes obrera i mitjana-alta —amb presència i densitat semblants— a la classe empleada apareix lligada a la figura del *pastillero*. Els entrevistats asseguren que els porros són molt normals, i que avui dia es perceben gairabé com el tabac, i per tant, com aquest, poden acompanyar tot tipus de joves i de droga (menys aquells contraris a la droga, és clar), encara que la imatge sigui sent predominantment *tirada*. Un noi adverteix que «*no es verdad que los makineros sean antiporros (...), les dan más a las pastillas, pero a los porros también*».

QUÈ PRENEM AQUEST CAP DE SETMANA?

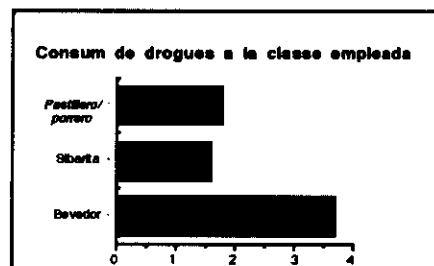
Consum de drogues a la classe obrera

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Bevedor	3.9	47 %	1. Vodka 2. Whisky 3. Altres alcohols
Porrero	3.7	13 %	1. Tabac 2. Porros 3. Cervesa
Pastillero	1.4	10 %	1. Pastilles 2. Àcids



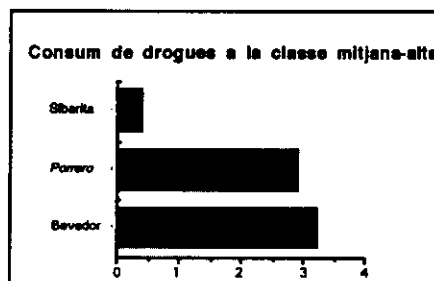
Consum de drogues a la classe empleada

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Bevedor	3.7	42 %	1. Altres alcohols 2. Tabac 3. Chupitos
Pastillero/ Porrero	1.8	11 %	1. Pastilles 2. Porros
Sibarita	1.6	14 %	1. Bourbon 2. Whisky



Consum de drogues a la classe mitjana-alta

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Bevedor	3.2	44 %	1. Vodka 2. Chupitos 3. Martini
Porrero	2.9	16 %	1. Porros 2. Tabac 3. Cervesa
Sibarita	0.4	13 %	1. Bourbon 2. Whisky



La figura del 'pastillero'

La figura del *pastillero*, en canvi, sí és una d'aquelles realitats que serveixen per a distingir no només entre els joves que prenen drogues i els que no, sinó que, entre els que prenen drogues també distingeix entre els que prenen pastilles i els que no. Aquesta figura només adquireix presència com a realitat diferenciada a la classe obrera —encara que a gran distància de les figures del bevedor i del *porrero*, i deixant de banda la curiosa barreja que apareix a la classe empleada—, i es caracteritza per la combinació de pastilles i àcids. Aquests tipus de drogues són predominantment masculines —en contrast amb els porros— i remetent a un tipus d'oci relativament nou, lligat a la moda de les discoteques de música màquina —preferentment— i a una manera singular de viure l'ambient d'aquestes discoteques: *«Las pastillas son sólo útiles para irse a la discoteca, no para otra cosa, porque si te vas a tomar una pastilla y te vas a quedar en el campo... más vale que no la tomes»*, ens diu una noia.

La figura del sibarita

Si la figura del *pastillero* és pròpia de la classe obrera, la figura del sibarita, d'aquell que gaudeix del bon whisky o del bourbon en les seves sortides de cap de setmana, sembla pròpia de les classes altes. Semblen, per tant, exemples de distinció i diferenciació (a un altre nivell aquest paper el pot jugar la cocaïna, però no en el tipus de mostra d'aquesta recerca). El sibarita només té presència com a figura diferenciada a les classes empleada i mitjana-alta, i això ho expliciten els propis joves: *«O sea, hay gente que va de Jack Daniel's, evidentemente la mayoría pijos. Hombre, no vas a poner un Dyc a un pijo, ¡por favor!»*. Un altre noi d'un altre centre s'expressa així: *«Si, és el que acostumen a veure més. Perquè cervesa... home, pocs cop he vist... depèn qui... amb una cervesa. Pocs cops. I bevent calimotxo..., ui! Te'ls trobes i l'estàs prenent i et diuen: "Què fas fotent-te això, prenent aquesta merda? I ells amb el seu Jack Daniel's. I tu penses: "Bueno! Tú tens cinc-cents peles per fotre't això, però jo no les tinc»*.

QUÈ ENS POSEM AQUEST CAP DE SETMANA?

La roba és un dels signes d'identitat més visibles i la moda uns dels mecanismes més ajustats de la societat de consum. La forma de vestir dels joves i les joves és la targeta de presentació més immediata —i no hi ha valor més important per als

joves que la immediatesa— davant dels altres, una targeta que diu, a primera vista, tot el que es necessita per ser jutjat, condemnat o absolt i que, d'alguna manera, té relació amb la música que s'escolta, el tipus de drogues que es prenen o que no es prenen, els locals de nit on es va, i algunes coses més.

A l'enquesta es preguntava als joves quins adjectius eren els que millor definien la manera com els agradava vestir. Hi havia adjectius referits a l'estil general, com «arreglat», «tirat», «provocatiu», «modern», «grunge», «esporiu», etc., i altres de més específics, com «amb colors clars», «amb colors cridaners», «de negre», «llis», «a ratlles», etc.

La figura de l'invisible

De vegades, el millor que podem fer és no deixar pistes sobre el que som o el que fem. La figura invisible és aquella que passa sense ser vista, potser per timidesa o per manca de seguretat en un o una mateixa, o senzillament perquè no se li atribueix gaire importància a la roba. Aquesta figura, sigui com sigui, correspon a aquells que es troben a gust darrera una aparença de senzillesa: «senzill», «llis» i «discret» són els seus components principals i adquireix la seva màxima presència i definició a les classes obrera i empleada i la més petita a la mitjana-alta, on els components no són els mateixos: enlloc de «senzill», «llis» i «discret», els adjectius són «llis» (sobretot) i no anar «tirat», mentre que «discret» hi té una relació petita i «senzill» pràcticament insignificant.

Cal tenir en compte que, encara que la seva presència és important a totes les classes, adquireix poca densitat, ja que el que caracteritza aquesta figura és, bàsicament, la indefinició: no ser cridaners, provocatius, *heavies*, etc.

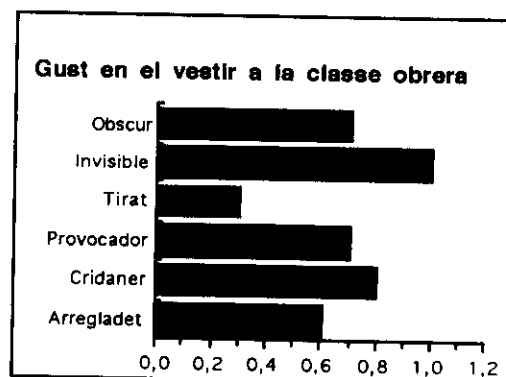
La figura del cridaner

L'antítesi del senzill és el cridaner, aquell que passa per ser vist. La figura del cridaner és compacta —els components principals a què va lligada aquesta figura són sempre els mateixos: «ratlles», «quadres», «colors clars»— i amb una forta densitat. A diferència de la invisible, aquesta figura sí que està més definida. La seva presència és gran a les tres classes socials.

Què ens posem aquest cap de setmana?

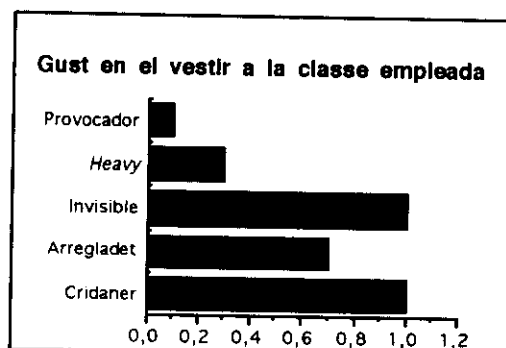
Roba a la classe obrera

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Invisible	1.0	7 %	1. Llis 2. Discret
Cridaner	0.8	11 %	1. Ratlles 2. Clar 3. Quadres
Provocador	0.7	9 %	1. Provocatiu 2. Sport 3. Skin
Obscur	0.7	6.5 %	1. Negre
Arregladet	0.6	16 %	1. Marca 2. No senzill 3. Arreglat
Tirat	0.3	7 %	1. Tirat 2. Skin



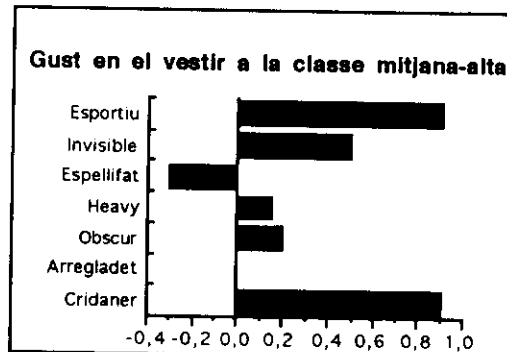
Roba a la classe empleada

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Invisible	1.0	11 %	1. Discret 2. Senzill 3. Llis
Cridaner	1.0	18 %	1. Clar 2. Ratlles 3. Quadres
Arregladet	0.7	13 %	1. Modern 2. Arreglat 3. Marca
Heavy	0.3	8 %	1. Negre 2. Heavy 3. No sport
Provocador	0.1	7 %	1. Provocatiu 2. No sport



Roba a la classe mitjana-alta

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Cridaner	0.9	16.5 %	1. Ratlles 2. Cridaner 3. Quadres
Esportiu	0.9	7 %	1. Esport
Invisible	0.5	8 %	1. Llis 2. No tirat
Obscur	0.2	10 %	1. Negre 2. Provocatiu
Heavy	0.1	9 %	1. Estampat 2. Heavy 3. Grunge
Arregladet	0.0	12 %	1. No senzill 2. Marca 3. Modern
Espellifat	-0.3	8 %	1. No arreglat 2. Clar



La figura de l'esportiu

Un cop es deixa de ser un nen, el xandall deixa de ser pertinent. Com a mínim per a la majoria, ja que els *skins* i els *fiesteros*²⁸ sí que en porten, de xandall. De totes maneres, és més «estrany» en un *pijo* que en una persona normaleta: «¿Ir en chandal un pijito? ¡Pero que dices! Hombre...a lo mejor si va un domingo con su chandal y con su cuellito de polo así salido por fuera con su sudadera pues igual sí. Pero para ir al colegio...¡Por favor!».

Ara bé, aquesta figura no fa referència tant al vestir d'«esport» com al vestir «esportiu», i només està present, com a factor diferenciador, a la classe mitjana-alta, on va una mica lligat a anar tirat. En les classes empleada i obrera aquest adjectiu només apareix lligat a altres figures: en els obrers a la figura del provocatiu (on apareix també el vestir «skin») i en els empleats, en aquest cas en sentit negatiu, a les figures del *heavy* i del provocatiu.

La figura del provocador

El provocador és un cridaner que demanda una resposta. Què s'ha entès per provocador a l'enquesta? Això és difícil de determinar. Pels components de la figura i el sentit atribuït a l'adjectiu a les entrevistes, el contingut provocatiu aniria des de l'atreviment de certes noies, sobretot en el marc de la festa («Sí, sí. Hi ha noies que van a les discoteques amb unes minifaldilles que... Vaja! I si no, porten pantalons amb colors llampants. O lila fort, o groc canari») fins a la provocació ideològica dels *skins*. En tot cas estem davant d'una figura clarament condicionada per la classe social, ja que només té una presència important a la classe obrera i una presència més testimonial a la classe empleada, mentre que desapareix a la classe mitjana-alta (on, això sí, l'adjectiu provocatiu és un component important de la figura de l'obscur, que encara no hem vist).

La figura del l'arregladet

Les marques com a element exclusiu de les classes més privilegiades han passat a la història. La idea de «*pijo*» de fa deu o quinze anys està en crisi, ja que les marques s'han estès per tota l'estructura social (malgrat que uns en podran tenir més

²⁸ *Fiesteros*: fa referència a la gent, d'estètica propera a l'*skin*, especialment identificada amb les discoteques de música màquina i tot el que hi pot anar associat, com per exemple les pastilles.

i més cares que d'altres). És cert que anar de marca és car, però no és veritat que anar de marca sigui sinònim de ser *pijo*, no necessàriament: «Yo antes siempre iba de mercadillo, y ahora tengo un poco más de dinero (...). Los pantalones te quedan bien... la ropa de marca... es de marca pero vale la pena comprarla... porque antes te comprabas unas zapatillas malas y te duraban, pero las primeras que me compré de marca me duraron cerca de dos años. Entonces creo que vale la pena gastarse un poco más de dinero y comprar de marca» ens diu una noia que no sempre pot compra-se roba de marca. Aquest és l'argument que molts entrevistats repeteixen un i altre cop. Com diu una noia de dinou anys, ser *pijo* no és només el fet de portar marques, sinó que refereix a una manera concreta de portar-les (i també a la quantitat). Algunes marques, com els pantalons *Levi's*, s'han generalitzat tant com la *Coca-Cola* i sembla que, inevitablement, «la gente que va de normal va un poco *pijo*». Potser per això no és gens estrany que aquesta figura —que lliga els components «vestir de marca», «arreglat» i «modern»— tingui més presència a les classes obrera i empleada que a la classe mitjana-alta (una altra qüestió interessant seria veure la relació entre «vestir de marca» i «dir a l'enquesta que agrada vestir de marca»). Una altra diferència del perfil d'aquesta figura a la classe mitjana-alta respecte de les altres dues és que no va lligada al component «vestir arreglat», sinó al «vestir modern» (i també, en la figura de l'esportista, al «vestir esportiu»). Un noi que va a un centre on els joves són predominantment de classe empleada i mitjana-alta, assegura que allí la gent que vesteix «així en plan arreglat i tal (...)» seria la gent més tímida, que s'atreveix menys a manifestar-se estèticament. Que té més vergonya».

La figura del tirat i de l'espellifat

Els joves i les joves utilitzen la paraula *tirat* per definir una manera de vestir *deixada*, l'antítesi del vestir «arreglat». És, per tant, oposada tant al vestir arreglat dels *maquineros* com al dels *pijos*: «Nosotros les llamamos 'guarros'», diu obertament una noia propera a *maquineros* i *skins*. Pels seus components, hem diferenciat dues figures semblants com són la del tirat a la classe obrera i la de l'espellifat a la classe mitjana-alta. La figura del tirat té una voluntat més positiva de ser-ho, ja que el component més preeminent és afirmar-se en aquesta condició. La figura de l'espellifat, en canvi, és una figura de caràcter negatiu, que només s'afirma en la negació de l'adjectiu «arreglat». Ambdues tenen una presència testimonial, i a la classe empleada el component «tirat» va lligat, negativament, a la figura de l'arregladet.

La figura del 'heavy'

Els *heavies* eren, fa uns anys, el que s'anomenava una *tribu urbana*. Els *heavies* tenien un perfil perfectament dibuixat: una forma de vestir (caçadores creuades de pell amb cremallera o caçadora texana, amb motius de grups *heavies*, pantalons estrets i arrapats —*pitillo*, s'anomenaven— i calçat esportiu), una música (la *heavy*), una beguda (la cervesa) i un orgull grupal. Actualment, però, això ha canviat, i l'estètica *heavy* s'està barrejant amb la *punk* i fins i tot amb la *hippie*. Com a figura específica apareix a la classe empleada i, amb més força, a la mitjana-alta (a la classe obrera, com menys d'un 5% dels casos digué que li agradava vestir *heavy*, l'adjectiu no ha estat introduït a l'anàlisi), i és una figura que lliga l'adjectiu «*heavy*» amb el «*grunge*» i el «*punk*». De fet, aquesta és una estètica que a les entrevistes els joves identifiquen sovint amb la «tirada»: «*les gusta la música heavy y van en plan más tiraíllos*».

La figura de l'obscur

Finalment, una figura la significació de la qual no està gens clara és la de l'obscur, aquella que uneix el gust per la roba de color negre i que apareix tant a la classe obrera com a la mitjana-alta (en aquesta lligat a «provocatiu»), amb una presència gens marginal. A la classe empleda l'adjectiu va lligat a la figura del *heavy*.

QUÈ ESCOLTEM AQUEST CAP DE SETMANA?

El gust musical és especialment important per als joves en el sentit que a partir del gust musical d'algú es dedueixen moltes coses. Enlloc d'aquell *digue'm amb qui vas i et diré qui ets* els joves també apliquen un *digue'm què escoltes i et diré qui ets*. La música, a més, de vegades pot anar lligada a la roba que es porta, als bars i discoteques on es va, i als amics que es tenen. Pot ser, en definitiva, un important element d'identitat i diferenciació. Al cap i a la fi, si la joventut és un compàs d'espera, que sigui almenys el més rítmic possible...

A l'enquesta es va demanar als joves que es posicionessin davant 21 estils musicals (rock'n'roll, *punk*, rumba, rock català, música clàssica, soul, etc.). Molts dels joves, amb tota seguretat, no coneixien alguns dels estils, però tot i així l'anàlisi és interessant, malgrat una mancança important: no hi apareix el tipus de música «alternativa», que hauria pogut enriquir els resultats considerablement.

La figura del passat

Hi ha una figura que no està gaire al dia, i que davant l'oferta musical del moment, s'inclina més cap a estils musicals poc actuals: el blues, el country i el soul (encara que també hi apareix el *grunge*). Com a figura apareix a la classe obrera i a la classe mitjana-alta amb una presència màxima a totes dues. A la classe obrera la figura també va lligada a el rock català, el jazz i la salsa.

La figura del 'rumbero'

Sempre que es parla del *rumbero* (que els entrevistats anomenen *lolailo*), sorgeix la temptació de fer una anàlisi basada en la classe social. Però si bé existeix una diferència clara pel que fa a la presència d'aquesta figura segons la classe social —la presència disminueix quan es passa de la classe obrera a la mitjana-alta— també hi ha altres característiques interessants. Per exemple la densitat: segons la classe es passa d'una densitat normal (la qual cosa significa que es tracta d'una figura més indefinida) a una densitat molt accentuada a la classe mitjana-alta (indici de que aquí la figura està molt més ben perfilada: o es tenen els components o no es tenen). També és significatiu veure el canvi dels components. Si passem de la classe obrera a la mitjana-alta, el component *sevillanes* —preferentment relatiu a un gust immigrant— perd força en favor del component *rumba* —molt menys connotat després de la tasca pedagògica de *Los Manolos*. Aquesta tendència es reforça quan el component flamenc desapareix a la classe mitjana-alta.

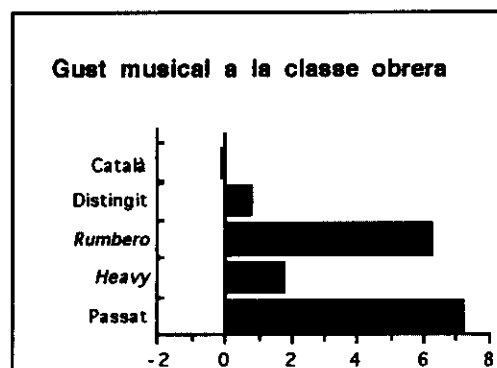
La figura del distingit

En la introducció teòrica a la cultura juvenil, hem definit aquesta com a cultura de masses en oposició a l'alta cultura. Això no exclou, malgrat tot, que a alguns joves agradin estils musicals considerats «distingits», i per tant o bé d'alta cultura (música clàssica) o bé propers a aquesta (jazz). A la classe obrera aquesta figura apareix lligada a un disgust per la música màquina (disgust que n'esdevé el component principal). Els entrevistats argumenten el disgust per la música màquina dient que és el tipus de música menys elaborat i més simple dels existents (es ridiculitza dient que només és un «pum, pum, pum»). A les classes mitjana-alta i empleada, en canvi, hi ha una figura estrictament anti-màquina (a la mitjana-alta com a segon component lligat al rock'n'roll i a l'empleada a la música clàssica) i una altra estrictament distingida (a la mitjana-alta lligada a un cert disgust per la màquina i, a l'empleada, lligada als components de la figura del passat).

QUÈ ESCOLTEM AQUEST CAP DE SETMANA?

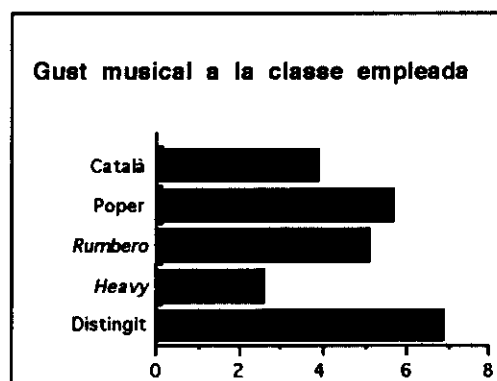
Música a la classe obrera

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Passat	7.2	25 %	1. Country 2. Blues 3. Soul
Rumbero	6.2	7 %	1. Sevillanes 2. Rumbes 3. Flamenc
Heavy	1.8	16 %	1. Punk 2. Heavy 3. Grunge
Distingit	0.8	7 %	1. No màkina 2. Jazz 3. Blues
Català	-0.1	5 %	1. Popular Catalana 2. Rock Català



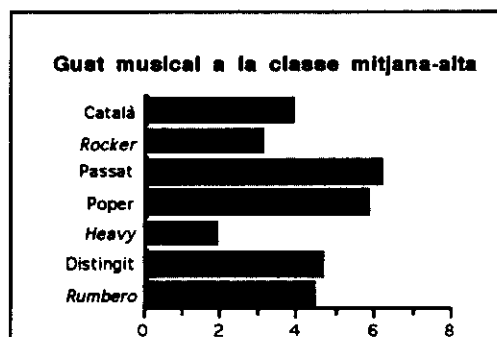
Música a la classe empleada

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Distingit	6.9	22 %	1. Blues 2. Jazz 3. Newage 1. No màkina
Poper	5.7	6 %	1. Poper 2. Rap
Rumbero	5.1	7 %	1. Rumba 2. Sevillanes 3. Flamenc
Català	3.9	5 %	1. Cantautor 2. Popular Catalana 3. Rock Català
Heavy	2.6	19 %	1. Punk 2. Heavy 3. Grunge



Música a la classe mitjana-alta

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Passat	6.2	7 %	1. Soul 2. Grunge 3. Country
Poper	5.8	8 %	1. Rap 2. Pop
Distingit	4.6	18 %	1. Jazz 2. Blues 3. Música Clàssica
Rumbero	4.4	20 %	1. Rumba 2. Sevillanes 3. Salsa
Català	3.9	5 %	1. Popular Catalana 2. Rock Català 3. Country
Rocker	3.1	5 %	1. Rock 2. No màkina
Heavy	1.9	9 %	1. Punk 2. Heavy



Els entrevistats asseguren que pocs joves hi ha que escoltin aquests tipus de música, encara que algun afirma que sí que li agrada, encara que s'utilitza per «estudiar» o per «relaxar-se». Un dels entrevistats, això sí, diu que li agrada molt: és un estudiant de música.

La figura del 'heavy'

Aquesta figura és de les més visibles a l'hora de definir la joventut a partir de la cultura juvenil. La figura del *heavy* és una figura coherent i constant, per això té una densitat important tant a la classe obrera com a l'empleada, i presenta una gran fidelitat als seus components, que es repeteixen en forma de santíssima trinitat: *punk*, *heavy* i *grunge* (ja hem dit que aquests *heavies* rarament són els mateixos que els que hi havia fa 15 anys, però en són uns descendents directes). Tres elements que fan referència a un tipus de gust que, segons alguns entrevistats, va més enllà del purament musical i esdevé també ideològic: «El *heavy* l'escoltem (...). I el *grunge*, encara que ja està una mica passat de moda. I el *punk* també ens agrada... més que res per les lletres, que són de protesta i més que res t'identifiques una mica, no sé, com estem en una societat que ens oprimeix bastant a tothom, a favor d'unes poques persones...», diu un noi molt jove d'un institut privat.

La figura del català

La figura del català es caracteritza per agrupar en un mateix individu els dos tipus de música en català especificats a l'enquesta: el rock català i la música popular catalana. Està present a les tres classes socials, encara que a la classe obrera la seva presència és molt petita. A les entrevistes els joves relacionen aquesta figura amb el de l'ambient *heavy* i tirat: «¿El rock catalán? A mi no me gusta, pero sé de gente a la que sí. Sobre todo genta catalana...y a los heavies».

La figura del poper

Aquesta figura només apareix a les classes empleada i mitjana-alta. A totes dues, a més, d'una forma central. A les entrevistes el gust pel pop (el rap és l'altre component de la figura, però la seva percepció és més confusa) s'identifica amb un gust normalet, suau, poc definit (semblant a la figura de l'invisible en el vestir). Per això aquells entrevistats més radicals en el seu gust, com els *maquineros* o els *heavies* o *tirats* més estereotípics, el menyspreaven: «Si, el pop y el rock son de

gente normalilla... pero a un fiestero no le vayas a poner rock o pop de ese, porque no».

La figura del 'rocker'

Aquesta figura només apareix a la classe mitjana-alta, i més amunt, quan parlàvem de la figura del distingit l'hem descrit com a anti-màquina perquè el segon component n'és aquest (sobretot, però, la màquina dura). Tot i així, el principal component és el gust pel rock'n'roll, i per això hi tornem a fer referència aquí.

A ON ANEM AQUEST CAP DE SETMANA?

Més amunt hem presentat la figura del *marxós*. Hem dit que un cop s'abandona la infància es descobreixen activitats que violen l'innocència anterior. En primer lloc una relació diferent, que ja no està basada en el joc i «les coses de nens» sinó en d'altres de més seriores (però no tan aburridas com les dels grans, és clar). Però juntament a això hi ha una sèrie d'elements associats que ronden aquest abandonament de la innocència infantil: el sexe, les primeres begudes, algunes cigarretes i, per alguns i algunes, drogues il·legals. Les discoteques i els bars són l'espai especialment habilitat per a aquest descobriment, són espais on ni adults ni nens no hi tenen cabuda i on l'única responsabilitat és divertir-se intensament: rient, ballant, flirtejant, fent bojeries... tot s'hi val, per a molts fins i tot les drogues, que poden ajudar a fer aquesta diversió més fàcil i més intensa. Alguna relació té, per tant, amb la cultura carnavalesca de l'Edat Mitjana, i igual que els moralistes van acabar enfrontant's-hi, també la festa juvenil desperta recels i pors per indecent, immoral, perillosa i denigrant. Gran part dels joves han canviat el temple religiós del diumenge al matí pel temple *marxós* (la discoteca) del diumenge a la matinada, que és el nou espai per la comunitat.

Els bars i discoteques per joves, per tant, fan perfectament la funció d'aïllar-los tant dels nens com dels adults. I si és de nit millor, perquè llavors la separació serà radical: uns dormen mentre els altres viuen, no hi ha perill d'interferència, ni tan sols en el camí de tornada a casa. S'aconsegueix així un espai restringit, propi, tancat a mirades indiscretes, on deixar-se portar per la complicitat i experimentar sense haver de retre'ns comptes a ningú.

Els joves i les joves s'apropien d'uns espais propis: discoteques, bars musicals i altres llocs que, aïllats del seu entorn, esperen que siguin els seus clients qui els

atorguin una identitat, un estil o —com diuen— un *ambient* on trobar-se bé, on oblidar-se completament de les poques responsabilitats (l'escola, la família) que tenen.

La figura del 'makinero'

La figura del *makinero* és la que més presència té en totes les classes. És la figura més present, i per tant més multitudinària. Els components del *makinero* són el gust per quatre discoteques de música màquina: una per a menors d'edat, una bastant radical, i dues més, una de Terrassa i una de Sabadell, on hi van molts tipus de gent. Una noia les descriu així, sobretot en referència a les dues últimes: «*fiesteros y gente normal que no son ni heavies ni cosas de esto; y luego los rapados, también*». Menys *heavies* i «coses d'aquestes», per tant, sembla ser que hi ha tot tipus de gent. Una altra noia també assegura que «*hay una mezcla de todo, ahí se mezcla todo el mundo, de una manera de lo más normal*».

Altres figures makineres

Una d'aquestes quatre discoteques —l'habilitada per a menors d'edat— es constitueix, a la classe empleada, en una figura independent on també apareixen altres components: bars musicals amb un ambient que no és *ni heavy ni màquina*. La discoteca per a menors (que agrada considerablement als enquestats, no ho oblidem) és percebuda així per un entrevistat: «*Si, me han hablado de ese sitio, pero se ve que hay muchos críos. Está todo lleno de niños pequeños, pequeños de verdad, de 10 y 11 años. Es una discoteca para menores*».

I de la mateixa manera, a la classe mitjana-alta els tres components de la figura *màquina* que són de Terrassa també es constitueixen en una figura diferenciada, que és, per tant, la dels que no van a la discoteca de Sabadell.

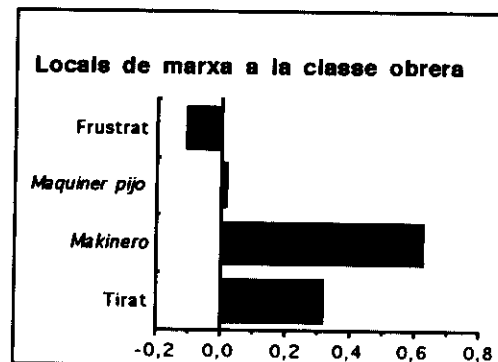
La figura del maquiner pijo

A les tres classes socials apareix, a part de la figura del *makinero*, una altra que si bé també fa referència a una discoteca de música màquina, és prou diferent com per a distingir-se en una figura a part: la figura del *maquiner pijo*. Aquesta figura està caracteritzada per un component, el d'una discoteca de música màquina però amb un ambient diferent a les anteriors, molt més catalano-parlant i molt més *pijo*: «*se ve que está lleno de pijos, aquello. Y no sé, tanta gente hablando catalán*».

A ON ANEM AQUEST CAP DE SETMANA?

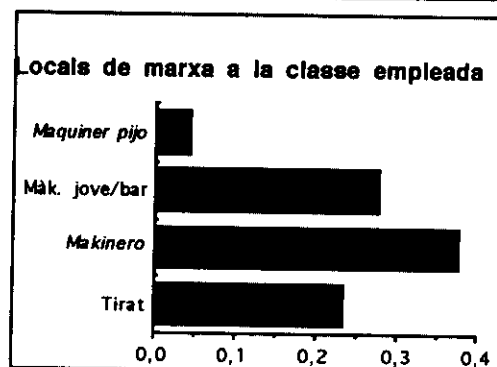
Locals de 'marxa' a la classe obrera

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Makiner	0.5	18 %	1. Pont Aeri 2. Fòrum 3. Concord
Tirat	0.4	23.5 %	1. Trespunts 2. Tombstone 3. Canonball
Maquiner pijo	0.02	9%	1 Paladium
Frustrat	-0.1	8.5%	1 No deixen



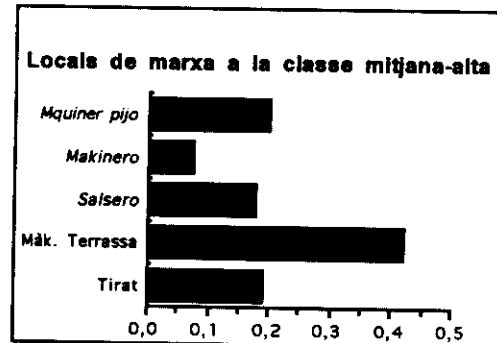
Locals de 'marxa' a la classe empleada

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Makiner	0.4	19.5 %	1. Concord 2. Fòrum 3. Pont Aeri
Makina jove	0.3	11%	1. 003 2. In's tint
Tirat	0.2	27 %	1. Trespunts 2. Canonball 3. OhSi 4. Tombstone
Makina pija	0.05	9,5 %	1. Paladium



Locals de 'marxa' a la classe mitjana-alta

FIGURA	PRESENCIA	DENSITAT	COMPONENTS
Makiner Terrassa	0.4	17 %	1. In's tint 2. Fòrum 3. Pont Aeri
Maquiner pijo	0.2	8 %	1 Paladium
Tirat	0.2	21 %	1. Canonball 2. Tombstone 3. Trespunts
Salsero	0.2	13 %	1. Cañadulce 2. Coma 9 3. 003
Makiner	-0.1	8 %	1. Concord 2. Pont Aeri



*La figura del tirat*²⁹

L'antítesi del *maquiner* o *maquinera* és la figura del *tirat*. Als locals on van mai s'escolta música màquina «*Se donde está. Según me dicen ponen heavy... y música punk y así...o sea, que no ponen máquina*». Ser tirat és una forma de veure el món d'una manera més amable, més oberta a la relació amb desconeguts, o almenys això és el que assegura una noia. Aquesta figura, present a totes les classes, presenta una forta densitat en comparació amb les altres, és a dir, que la gent a la qual agraden aquests locals és molt constant i té més clars els límits del seu territori. Un territori obert més o menys a tothom, però molt més característic que el de les figures del *makinero* i del *maquiner pijet*, que són menys estereotípiques.

La figura del frustrat

Finalment tenim una figura de baixa presència: la del frustrat, que defineix aquells nois i noies que volen però no poden sortir. Com a figura diferenciada només apareix a la classe obrera, si bé la seva presència és purament testimonial (encara que la fiabilitat de l'enquesta en aquest component és molt baixa, ja que no era una resposta prefixada, i els casos registrats són producte dels comentaris addicionals).

QUINA DISTRIBUCIÓ SOCIAL DEL GUST?

Fins aquí hem analitzat com diferents àmbits del gust es comportaven a les diferents classes socials, i hem obtingut resultats dispars, en molts casos difícils d'interpretar. En alguns àmbits l'anàlisi a proporcionat figures específiques d'alguna classe social. En alguns altres la diferència ha vingut donada per la presència. I en d'altres no s'ha pogut percebre una diferència significativa. ¿Com lligar els resultats obtinguts? ¿Fem una mena de «figura de les figures³⁰»? Potser podríem parlar d'una figura obrera passejant per la ciutat, invisible, bevedora i pastillera en busca d'una discoteca *makinera* on escoltar rumbes. O bé d'un fill d'empleat *marxós* i cinèfil que escolta música distingida a l'espera que obri la discoteca de moda per barrejar alcohols i pastilles o, —per què no?— d'una filla de bona família fugitiva i

²⁹ Tirat és un estil que es defineix per una estètica d'aparença deixada i per una actitud aparentment més progressista i participativa.

³⁰ Aquesta va ser una de les tentatives d'anàlisi que, després de diverses tentatives, es va acabar desestimant.

cridanera en la fosca nit terrassenca, a la recerca d'una discoteca de màquina *pija* on parlar de l'últim èxit pop amb una copa de *bourbon* a la mà.

En les variables estudiades, la possible superposició entre estructura social i gust no és en absolut clara. Pot ser perquè les variables estiguin mal construïdes, pot ser perquè l'enquesta no sigui l'instrument adequat per recollir aquest tipus d'informació, o pot ser perquè l'estructura social no tingui cap tipus d'influència en el gust juvenil. Sigui com sigui, el que és del tot segur és que el propi instrument d'aproximació a la realitat és imprecís (però tot i així útil), ja que, per una banda, no relaciona activitats amb el *sentit d'aquestes activitats* i, per una altra —i com a conseqüència d'això—, no distingeix entre «sentits» diferents associats a activitats iguals. En el cas d'«anar a la muntanya», com hem vist, això és molt evident: la mateixa resposta («anar a la muntanya de tant en tant») pot significar anar a la Mola a dinar i beure *calimotxo* i també estar apuntat en una agrupació escolta, ambdues activitats diferenciades i simbòlicament distants. Per això, un cop extretes les figures, es va procedir a contrastar-les amb entrevistes en profunditat —a 20 nois i noies— en les quals es preguntà als joves si les reconeixien i si creien que eren més pròpies d'un tipus de gent determinat.

En aquestes entrevistes els nois i noies reconeixien algunes de les figures i d'altres els semblaven estranyes. Algunes les relacionaven amb un tipus de gent determinat i moltes d'altres, la majoria, no (alguns dels comentaris ja s'han transcrit amb la descripció de les figures). Només unes de les figures, les de l'àmbit del gust referit als locals de nit, semblaven tenir un sentit clar per a tots els entrevistats. Les dels altres àmbits (drogues, gust en el vestir, roba i música) eren reconegudes pels entrevistats i entrevistades de forma molt dispar, mentre que en les figures de *la marxa* semblaven coincidir un i altre cop en una percepció de l'espai social juvenil bastant coherent. Al final d'una entrevista una noia, quan se li va demanar algun comentari addicional a tot el que havia explicat fins aquell moment, va reaccionar així: «*Nada, nada más... que es muy radical. En un lado o el otro*». Es referia als models estètics que havia establert en relació als diferents models estètics lligats a les diferents formes de sortir de nit.

A les 10 entrevistes que s'havien fet anteriorment, quan es demanava als nois i noies que expliquessin quins tipus de joves creien que hi havia, pràcticament sempre començaven per distingir (a categoritzar) o bé segons el «caràcter» (més actiu i sociable o més parat i tancat), d'una banda, o bé segons l'adscripció a un dels diferents grans tipus estètics relacionats amb la *marxa*, d'una altra (encara que

també podríem dir que amb el vestir i la música, és a la marxa on cadascú agafa el seu lloc, no només els integrants de les *tribus* sinó la gran majoria dels joves).

Però... ¿què és la *marxa*? La definició no és fàcil, però aquesta paraula fa referència a una pràctica que engloba totes aquelles activitats de diversió lligades al sortir de nit —encara que també pot ser per la tarda i fins i tot pel matí, el seu *espai natural* és la nit, quan *els grans* estan dormint i, per tant, no poden molestar— com ara la música, el ball, l'alcohol i les altres drogues, les relacions amb l'altre sexe, la diversió, la bogeria, etc. El seu significat, però, es polisèmic, ja que «tenir molta *marxa*» pot fer referència a estar molt actiu o, també, a *aguantar la marxa* fins a altes hores de la matinada. La «*marxa* d'un lloc» (ciutat, país, barri, etc.), en canvi, vol dir la quantitat de locals, l'hora fins la qual estan oberts i la quantitat i actitud de la gent que hi ha. «Anar de *marxa*», per la seva banda, vol dir sortir per la nit (encara que també pot ser per la tarda —si no es pot per la nit— o durant tot un cap de setmana —si s'és molt *marxós*), vol dir —normalment, sempre és possible la redefinició personal de la *marxa*— anar a locals amb música, i pot englobar el ball, la beguda, la droga, el riure, l'erotisme i el sexe, l'amistat i molts altres elements que cada jove, segons com entengui la *marxa*, intenta combinar al seu gust.

Així, tant per la contrastació de les figures amb les entrevistes fetes a tal efecte com per les entrevistes més obertes fetes amb anterioritat, la *marxa* sembla ser un camp de joc molt present en la percepció que tenen els joves de l'espai social juvenil. La diferenciació dels diferents tipus de *marxa*, a més, sembla donar coherència (encara que no necessàriament homogeneïtat) a altres gustos que hi van associats (música, roba, drogues, etc.). Tots i totes verbalitzen els tipus de *marxa* com les categories més visibles i clares, com les més evidents. Les altres divisions possibles (diferències d'origen social o de qualsevol altre tipus) cal que siguin preguntades, provocades. La *marxa*, en canvi, no.

Això vol dir que la *marxa* ens pot donar accés a comprendre —a «situar» en l'espai social juvenil— les característiques que, per gust, més distingeixen a la gent. O com a mínim les que més distingeixen *conscientment*, és a dir, les més *salients* (en el sentit de Tajfel i Turner), amb la qual cosa deixem una mica de banda —de moment— el coneixement pràctic, no sistematitzat, propi de l'*habitus* de Bourdieu, i passem a indagar en aquesta categorització aparentment tan important que és la *marxa*, que distingeix tant entre els que «surten» i els que no «surten» (i els més «desgraciats», els que volen i no poden), com entre els que surten i van a un tipus de locals i els que surten i van a uns altres.

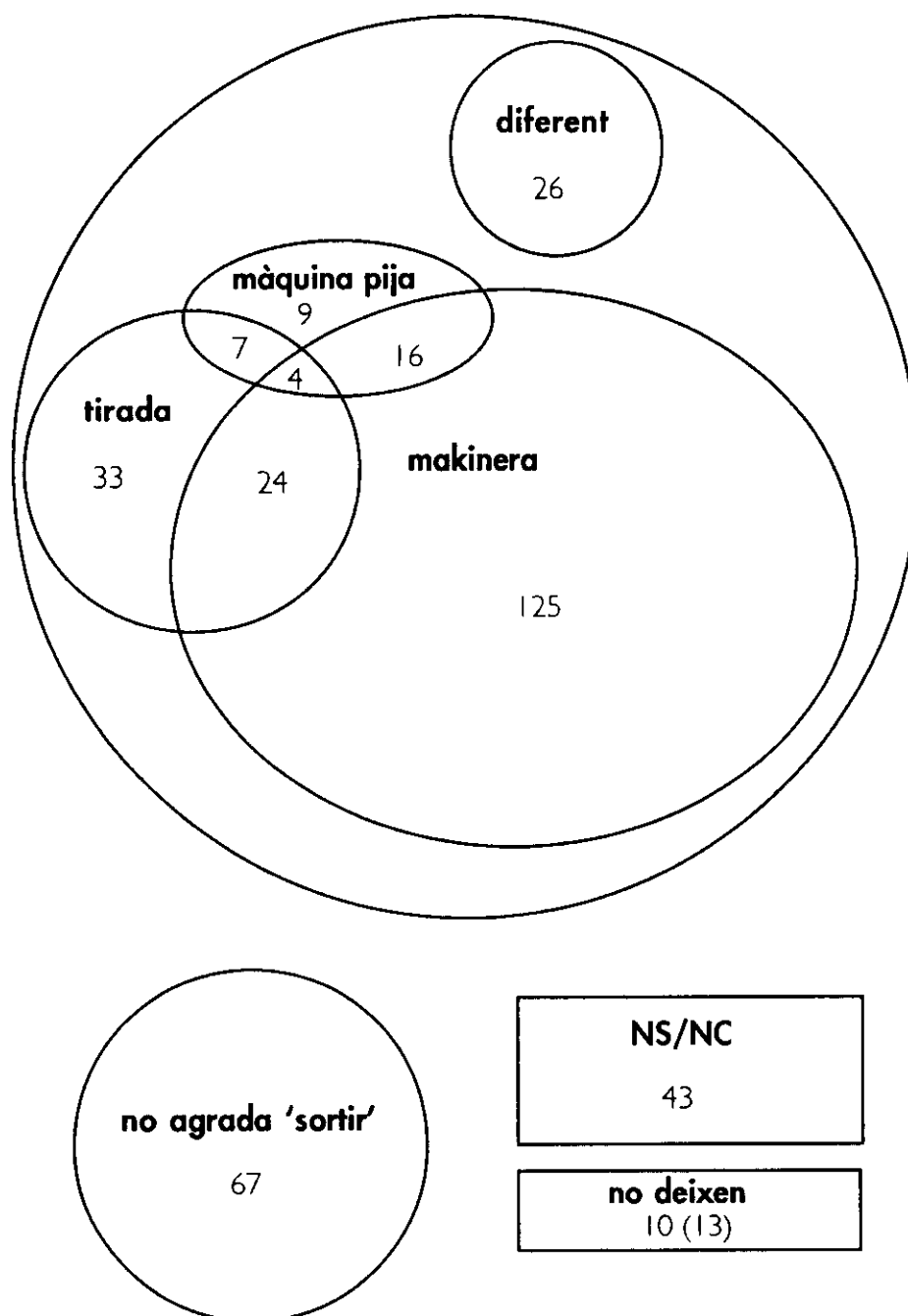
9. Marxa, no marxa, i quines marxes

No ens obsessionem, per tant, en portar més enllà l'anàlisi estadística i analitzem el gust a partir de la *marxa*. Per fer-ho indagarem en les categoritzacions *salients* a partir de la *marxa* —per la qual cosa ens basarem en l'anàlisi factorial sobre els locals de *marxa* i en les entrevistes—, i les relacionarem no només amb l'espai social sinó també amb el coneixement pràctic que els dona contingut i que, a més, també les creua transversalment, amb la qual cosa intentarem aconseguir una comprensió de l'espai social juvenil *des de dintre*, exercici descriptiu que considerem prou interessant com a eina per poder assolir explicacions molt més ambicioses que tinguin en compte els propis joves i el *sentit* de les seves accions.

De l'anàlisi factorial hem extret tres tipus ideals principals a partir dels tres grans factors que distingien el gust per locals **makiners**, locals de **màquina pija** (en aquest cas només un local, encara que lleugerament combinat amb dos bars musicals) i locals que hem anomenat **tirats**. L'única pretensió de les etiquetes és reflectir l'element que condiciona la seva percepció. Amb l'anàlisi farem definicions més afinades i provarem d'establir connexions entre els tipus, d'una banda, i veurem quines relacions s'estableixen amb d'altres etiquetes, d'una altra.

A més d'aquests tres tipus principals, referits als tipus de locals de *marxa* que agraden, n'hem afegit dos més: el **no agrada sortir**, d'una banda, i un altre que uneix tots aquells que surten i als quals no agrada cap dels locals que en el nostre model defineixen els tres altres tipus (*marxa diferent*), d'una altra. Així, els individus analitzats es reparteixen com es mostra al gràfic de la pàgina següent.

Primer examinarem els quatre tipus ideals principals, que fan referència a categoritzacions bastant presents en la cognició dels joves del seu propi espai social. Serà una descripció de les categories *endogrup-exogrup* més clarament delimitades. A continuació analitzarem altres elements que també són molt importants en l'ordenació de l'espai social juvenil però que no són tant «evidents», sinó que formen part d'un coneixement més *pràctic*, menys sistematitzat i, en molts casos, fins i tot menys conscient. Serà un exercici lligat a la teorització de Bourdieu sobre la forma com les antinòmies i uns coneixements molt imprecisos són fonamentals per a adquirir el *sentit dels límits*. A la tercera part analitzarem subtipus dels tres tipus principals, d'una banda, i també els tipus alternatius o complementaris, d'una altra. Finalment, analitzarem els grups de casos que combinen més d'un tipus: aquells individus que diuen que el agraden locals de més d'un tipus ideal.



És molt important deixar molt clar que els tres grans tipus ideals estan construïts a partir dels individus als quals *només agrada un dels tres tipus de bars* (encara que li poden agradar altres bars que no hem considerat dintre de cap dels tipus, per entrar a l'anàlisi d'un tipus ideal és imprescindible que no li agradi cap local dels altres dos).

Normalitat

El nostre coneixement de l'espai social és en gran part, com diu Bourdieu, pràctic. Hi ha coses que, senzillament, les sabem, encara que no les puguem explicar. I segons on estiguem ubicats en aquest espai social (en aquest cas l'espai de *marxa*), hi haurà gustos que ens semblaran *rars* i altres que ens semblaran *normals*. Uns seran propis dels *diferents* i els altres dels *iguals*. Descobrir allò que és *normal* i allò que és *rar* per a cada tipus de *marxa* és descobrir quin tipus de coneixement de l'espai social té i des d'on té aquest coneixement. En tot aquest apartat l'objectiu consistirà a anar descobrint el contingut dels diferents tipus, els elements que els donen consistència i que els situen dintre de l'espai social. Anirem fent visible, així, el sistema d'interacció en el qual actuen els joves, el seu camp de joc.

MAKINERA

Hi ha un tipus de locals —als quals agrada anar a la meitat dels enquestats, que són el 69% d'aquells als quals agrada sortir— que els entrevistats consideren part d'un mateix tipus de *marxa*, una *marxa* amb un comú denominador (malgrat que cada local tingui la seva especificitat): la discoteca de música màquina. Pot ser *dura* o *comercial*, però és màquina. Només màquina. Els altres tipus de música o bé són ignorats o, com a molt, tenen un raconet als *privés*, aquestes petites sales annexes amb un ambient diferent que algunes discoteques tenen a part de la sala principal. Quan a un noi d'aquest tipus se li pregunta si va a altres tipus de locals contesta així: «No, amigos míos no, nosotros vamos... a sitios... de música máquina. No nos gusta lo otro». Doncs bé, a 1 de cada 2 enquestats que surten només li agrada aquest tipus de *marxa*. Aquest tipus de locals són l'essència del que nosaltres hem anomenat *marxa màquina*, el més nombrós dels tipus del nostre model.

Perquè tot màquina? Només agrada aquest tipus de música? No ben bé. Segons ells, és més per l'ambient que es crea a partir d'ella: «Si, nos gusta to' [la música], pero la discoteca a la que vamos es la de máquina (...) No somos de esos que les gusta una música solo... cambiamos... a la discoteca siempre vamos a la de máquina, porque es un ambiente diferente». Aquest noi afirma que ells escolten de tot, però en realitat aquest mateix noi, més endavant, també assegura que de rock no n'escolten mai, i que el soul, el blues, la música clàssica, el jazz i el rock català, per exemple, no els escolten *ni en broma*, amb la qual cosa ja podem imaginar que

«escollar de tot» vol dir «escollar de tot dintre d'uns límits». L'enquesta ens pot ajudar a delimitar aquest límits.

La música màquina es mostra com la més acceptada entre els joves d'aquest tipus: la *comercial* o *suau* agrada al 92% d'ells, i la *dura* al 86%. Després ve la rumba, que agrada al 60% i, més enrera, queden el *flamenco-rock*, les sevillanes, la salsa i el rap, que agraden una mica més que a la resta dels enquestats, i el pop que, si fa no fa, igual. Els altres tipus de música, en canvi, desagraden més: *punk*, *grunge* i *heavy*, com era d'esperar, però també rock'n'roll, rock català —aquest no gaire més—, música popular catalana, música clàssica, jazz, blues i soul. Aquestes dades confirmen el que diu el noi d'abans: «*Nosotros la música... el lolailo... no sé, cosas así, rumba... la máquina... pero eso, cosas así, música clásica, rock, eso no*». Una noia del tipus *màquina*, quan se li pregunta per gent a la qual agrada el blues, el *grunge* o el soul, contesta això: «*Eso deben ser los de musical, los del bachillerato musical. Beethoven y todo eso*». I aquells a qui agrada el pop o el rock, els veu així: «*El pop ya... la gente más normalita, ¿sabes? O se va... que ponen música salsa, música pop, y música un poco de rock... todo... lo mezclan, ¿sabes? en los 'privés', por ejemplo*». Aquest element, el de la *normalitat* de la gent («*la gente más normalita, ¿sabes?*») com a element de distinció, és molt interessant, i més endavant li dedicarem una atenció específica.

Ja hem dit que, numèricament parlant, la *màquina* és la *marxa per excel·lència*: aglutina gairabé la meitat dels enquestats, mentre que els altres tipus tenen una presència molt menor. La *marxa tirada*, per exemple, que és la més estesa després d'aquesta, només agrada al 19% de la mostra (davant el 46% de la *màquina*). És, per tant, més nombrosa, però això no vol dir que aglutini tot tipus de gent indiferentment, sinó que és més obrera que les altres. Hi ha gent, i força, de les tres classes socials, però al 40% d'enquestats de classe obrera només els agrada anar a locals d'aquest tipus, mentre que a la classe mitjana-alta la xifra baixa a menys de la meitat (16%). Com que, a més, els obrers són més que la resta (tant a la mostra com a la població), ens trobem que el 66% dels enquestats que conformen aquest tipus són de classe obrera (i només el 8% de classe mitjana-alta). A les entrevistes alguns dels entrevistats associaven aquesta *marxa* amb perill i ambients difícils (preferentment quan eren d'escoles privades), però altres consideraven que era un lloc «normal». Una noia d'un centre privat de BUP que té referència sobre una d'aquestes discoteques —malgrat que, com que no surt mai perquè no la deixen, coneix molt poc els locals existents—, en fa aquest comentari: «Sí que la conec. És

una discoteca. Però es veu que hi ha gent rapada³¹, i això». La cara de disgust amb la qual acompanyà aquestes paraules deixaven clar com li repel·lien aquests locals (abans d'haver-hi anat). Considera que aquesta discoteca que coneix d'oïdes és una mica perillosa i que és un lloc on ella no aniria. I no és perquè sigui una *pija*, ni de bon troç. De fet, aquesta noia és filla de mare empleada i pare obrer, i assegura que no té res a veure amb els *pijos* que van amb ella a classe. Ella afirma estar «entremig». Ni com els *pijos* ni com la gent que va a la *marxa màkina*, que són gent diferent, entre la qual no estaria a gust. Afirma que les noies *màkina*, per exemple, vesteixen diferent: es pinten més, van més amb minifaldilla, fumen més, surten més amb nois, etc.

Una noia del mateix centre privat insisteix en l'associació entre la *marxa màkina* i una estètica concreta: «[El tipus de discoteca *màkina*] està qualificada com dels *pelats*³², dels *quillos*³³... de la gent *lolaila*³⁴, així... [I la discoteca de *màquina pija*] com dels *pijos*... de la gent amb peles». Aquesta mateixa noia explica que la forma de vestir és molt diferent: «No sé, bueno... els *quillos* acostumen a vestir més... o sigui, amb els típics pantalons ajustats, una cadena quí la cintura, la *Bomber*³⁵, i les bames. I les ties no sé, com menys roba porti millor, vull dir que casi amb boles, parlant clar. Aquesta seria la gent quilla de [la *marxa màkina*]. Ah! I les ties també porten unes botes per aquí, pels genolls, totes iguals...». També diu que van més cridaners. És important tenir molt present que aquestes definicions estan fetes des d'una normalitat determinada, ja que per a la gent que la percep desde dintre, la *marxa màkina* serà, com per a un noi d'un centre privat de FP, «Pues lo normal... chavales jóvenes bailando, bebiendo y ya está».

A les enquestes apareixen diferències que coincideixen amb les diferències manifestades per les entrevistes que hem transcrit: el públic de la *marxa màkina* és més castellanoparlant i amb més tendència a explicitar actituds contràries a la protecció del català (encara que tot i així la majoria assegura que la situació actual

³¹ «Gent rapada» fa referència a *skinheads* o *caps rapats*, que també veurem anomenats com a *pelats*, *pelados* o *skins*.

³² *Skinheads*.

³³ «Quillo» és una paraula de significat difús. Per uns fa referència a persones gitanes, però per molts, com és el cas, a aquells joves de classe social més baixa i més castellans que es perceben com a més propers a un ambient canallesc, perillós i de mala vida.

³⁴ Gent «lolaila» és gent a qui agrada música «lolaila», que a la vegada és el tipus de música amb arrels andaluses, sobretot la que es percep com a menys «legítima», com ara els grups de *flamenco-rock* o la barreja entre música màquina i rumba o flamenc.

³⁵ La *Bomber*, igual que l'*Alpha*, que també apareixerà més endavant, són la jaqueta pròpia dels *skinheads*.

és la correcta). Aquest caràcter eminentment castellà de la *marxa màkina* la tenen clara els joves: «*La gente maquinera son más castellanos, por eso también les gusta un grupo como Camela, un poco de sevillanas...*». També s'observa que als enquestats dels dos centres privats de BUP els agrada molt menys aquest tipus de *marxa*: mentre que a la resta de centres la *marxa makinera* agrada a entre el 33 i el 49% dels alumnes, en aquests dos el percentatge no supera el 18%. I per lloc de residència, només 1 dels 24 enquestats que viuen al centre³⁶ formaria part d'aquest tipus. Una noia catalana que estudia en un centre públic d'ESO a qui no agrada gens la *marxa màkina* —ella és del tipus *tirat*— no li cal una enquesta per saber això: «[A les discoteques d'aquest tipus] jo sé que va gent de barris, no suburbials, però no són gent del centre, són gent amb unes idees diferents a les meves».

Fins ara hem delegat gran part de la definició a joves als quals no agrada aquest tipus de *marxa*, amb la qual cosa hem obtingut un punt de vista estereotipat i parcial. Si escoltem els joves de la mateixa *marxa màkina*, el panorama canviarà radicalment: per exemple, un noi que tot i anar a un dels centres privats de BUP es fa molt més amb els amics del barri i d'EGB, que són molt diferents, fa una descripció que xoca amb aquests punts de vista: «*Yo tengo ganas de ir a [un local 'màkina']. Dicen que mola. Me han hablado muy bien de [un local 'màquina pija'], también, pero no me hace mucha gracia (...). Se ve que está lleno de pijos, aquello. Y no sé, tanta gente hablando en catalán, y un castellano allí destaca mucho, y no sea que me curren. No puedes ir mirando a nadie, siempre pa'lante*». Per ell, com per molts altres, el que és *normal* és la *marxa màkina*, i el que és estrany és la *màquina pija* o la *tirada*.

Molts, de totes maneres, identifiquen aquesta *marxa* amb els *skins* i *pelats*. Efectivament, entre els integrants d'aquest tipus ideal, tot i que hi ha molta gent a qui disgustaria que un amic es fes *skin* (51%), en comparació amb la resta d'enquestats (64%) el percentatge és menor. No és que la majoria de gent que hi va sigui *skin*, sinó que és un ambient on els *skins* tenen un lloc normalitzat, on no són percebuts tant com una *excepció desagradable* sinó com a *part del païsatge*. «*Van rapados y gente normal. Yo me encuentro bien, debes de ir con un poco de cuidado... hay siempre un montón de gente que está buscando pelea, tienes que ir con cuidado para no tropezar con ellos y ya está*». Això fa que els altres —aquells en la vida dels quals no hi ha *skins naturalitzats* enlloc— el percebin com un

³⁶ El centre de Terrassa es caracteritza per tenir una població amb un nivell econòmic més elevat i un origen menys immigrant que la resta de la ciutat.

ambient esquinorro³⁷ o pelat.

També és l'ambient de les pastilles, de les drogues sintètiques. La majoria dels enquestats d'aquest tipus diu que els molestaria que un amic prengués pastilles (65%), però tot i així és un percentatge menor al de la resta de la mostra (76,5%). Hi ha joves que a les entrevistes asseguren que pràcticament tots els que van a aquest tipus de locals prenen pastilles. D'altres, en canvi, afirmen que els que ho fan són només una minoria. Altres diferencien molt uns locals dels altres. I tots es contradiuen tant en percentatges com en locals. En tot cas, el que sí està claríssim és que, per minoritària que sigui, aquesta és la droga característica i específica d'aquesta *marxa*, encara que es combina amb d'altres (alcohol, porros, àcids, speed, etc.). Una noia que no en pren i a qui no agrada aquest *rotllo*³⁸, però que coneix gent que en pren, diu que per a alguns és una cosa molt *normal*, molt acceptada: «Sí, hay gente que tú hablas con ella y te dice... "Va, una pastilla..." [com dient: "Si això no és res"]. (...) Sólo te entra un buen rollo³⁹ y ya está... Tu tranquilo que no te va a pasar nada...". O sea, lo tienen ya muy aceptado. O sea, lo tienen ya tan aceptado y tan asumido que ya va el fin de semana de pastillas. Ya no aquello de decir "Va, este fin de semana vamos de pastillas", sino ya es una constante, vamos". Això fa que l'ambient sigui diferent. Una noia de 21 anys assegura que en comparació a la *marxa* discotequera de fa cinc o sis anys «ya no se ven tantos borrachos como antes, que los veías ahí típicos tirados por la calle de haberse fumado algo o de haberse metido⁴⁰».

La percepció de les altres drogues no és diferent que entre la resta de joves: l'actitud de rebuig a l'alcohol i els porros, per exemple, no varia respecte de la resta de la mostra (encara que sí respecte altres tipus que analitzarem més endavant), i si passem de les actituds als fets, ens trobem que diuen beure, en comparació a la resta dels enquestats, poca cervesa (menys que la resta dels enquestats, i entre aquesta resta d'enquestats hi ha els que no surten, que pràcticament no beuen res d'alcohol), i més whisky, *Martini*, bourbon i *xupitos*. I si bé diuen consumir més pastilles (el 13,5%, en comparació amb el 3% de la resta), de porros tenen el

³⁷ Derivació de *skin*, més o menys pejorativa.

³⁸ Anar d'un *rotllo* és tenir una forma de sortir, de divertir-se: en aquest cas es refereix al *rotllo* d'anar a locals de música màquina i prendre pastilles.

³⁹ Bon *rotllo* significa estar a gust, feliç, alegre. L'expressió «quin bon *rotllo*», per exemple, és assimilable a «què bé». En el context d'aquesta entrevista fa referència als efectes de la droga: sólo te entra un buen rollo vol dir que només et fa sentir bé però que ja està, que no comporta cap problema.

⁴⁰ *Haberse metido* vol dir, aquí, haver pres alguna droga.

mateix percentatge, el 24%, que tot i així és molt inferior al 64% de la *marxa tirada*. Això contrasta amb la percepció dels joves, que si bé acostumen a dir que els porros són més característics de la *marxa tirada*, també asseguren que estan igualment estesos a la *marxa màkina*. Una noia, per exemple, assegura que «los porros están incluidos en todo el mundo (...). O sea, el porro está hoy en día, como si fuera un cigarro, vaya».

Aquells a qui només agraden els locals *màkina* són gent a la qual agrada vestir més arreglada, moderna i de marca que a la resta dels enquestats, i que també tendeix més a vestir provocatiu o *skin* (el 8% d'ells diuen que els agrada vestir *skin*). I, per la banda negativa, els agrada menys vestir *tira*⁴¹, senzill i d'esport, i no els agrada gens vestir *grunge* (només a 1), *heavy* (només a 1), ni *punk* (a cap). De fet, alguns joves entrevistats d'aquest tipus de *marxa* es refereixen als que vesteixen *grunge*, *heavy* o *punk* com els *guarros*. Les noies, a més, es maquillen molt més: només el 10% diu que no fa servir maquillatge, davant el 40 i 71% de les noies de les marxes *tirada* i *màquina pija*. Dels tres tipus és l'únic on trobem noies que es pinten les ungles i que més utilitzen el *rimmel*, l'ombra d'ulls, la línia d'ulls, el pinta-llavis i el coloret.

Més d'un entrevistat, quan se li va preguntar si aquest tipus de *marxa* atreia joves amb més o menys diners que altres tipus, va contestar que no ho sabia, però que li semblava que amb més. Aquesta impressió, aparentment contradictòria, ja que en ser una *marxa* de classes socials més baixes podria semblar que hauria de ser econòmicament més dèbil, apunta en la mateixa direcció que l'enquesta: els 125 individus d'aquest tipus gasten una mitjana de 7.300 pessetes al mes davant les 5.100 de la resta de la mostra. Dels tres tipus ideals que van de *marxa* són els que més gasten (a la mostra enquestada).

Pel que fa al tipus d'activitats (a part de sortir per la nit), en comparació amb la resta de joves enquestats, els *màkina* van menys al teatre, a exposicions i a concerts. També participen bastant menys en associacions (només un 9,5%, davant el 27% de la resta). A les sales de màquines, en canvi, hi van més assiduament, igual que als parcs d'atraccions. I són bastant més reticents a l'homosexualitat. Un noi d'ambient *màkina* que també es relaciona amb joves *tirats* i *pijos* diu que, a diferència dels seus amics de *màkina*, entre els altres «hay muchos ecologistas,

⁴¹ Vestir «tirat» vol dir poc arreglat, amb roba gens de mudar, amb aparença despreocupada. Pot ser amb pantalons trencats i roba vella, però també amb uns pantalons de marca i una samarreta portada per fora.

bueno que están con los derechos humanos y todo esto... con la gente que yo salgo pasan mucho de estos temas, yo nunca he hablado con ellos de esto».

Aquesta és, a grans trets, la *marxa màkina*, que per sobre de tot cal definir com la *marxa* més concurreguda, amb diferència, de totes. És la *marxa* que alguns anomenen de *discoteca*, i en ella hi caben molts matisos rellevants. Entre els locals que la defineixen hi ha una discoteca de Sabadell i una de Terrassa que són les que apleguen més gent, una discoteca per a menors de Terrassa i una discoteca més radical, més *dura*, —també de Terrassa—, que la majoria d'entrevistats qualifiquen de més *trallera* (més radical, més *maquinera*, més de *màquina dura*) i que als *màkina* més «normalets» no agrada gens.

TIRAT

L'antítesi de la *marxa màkina* és la *marxa tirada*. Alguns dels entrevistats fins i tot asseguren que un i altre tipus de *marxa* són «d'ideologies diferents». Això no impedeix, òbviament, que hi hagi joves que estiguin bé tant en una com en l'altra, però la majoria les percep com a excloents. «No ens agraden les discoteques, a aquest col·lectiu que estem aquí», diu un noi *tirat* d'un centre privat de BUP. L'etiqueta *tirada* no és la que utilitzen tots els entrevistats. Altres adjectius que utilitzen són *heavy*, *punk*, *grunge*, *hippie*, *guarra*, etc.

Una noia de 17 anys que estudia batxillerat en un centre públic d'ESO explica el contingut d'aquest tipus de *marxa*: «No sé, és un ambient que no és molt definit, *heavies*, *punks*, *grunges*, no en plan *màquina*». Quasi és millor, per tant, fer una definició negativa (*no en plan màquina*) que no una de positiva, ja que és una barreja entre *punk*, *heavy*, *grunge*, *indie*⁴² i *hippie*. Si bé fa uns anys les fronteres entre *heavies*, *punks* i *hippies* estaven molt ben delimitades (i algun entrevistat segueix considerant-les importants), ara hi ha molta mescla, molta coincidència en una estètica *tirada*: «*de hace... cinco o seis años ya no hay tantos heavies. Ahora más bien... mucha gente que era heavy, ha pasado al plan hippie, al plan más tirado y más hippie*». Com diu una altra noia, aquests tirats «*Pues... van vestidos un poco... dejados... y les gusta la música alternativa... y el rock duro... Porque heavies... quedan pocos, ya*». Un noi *màkina*, per definir aquest vestir *tirat* parla de vestir més *fachero* (no en relació a ser més o menys feixista sinó en relació a vestir

⁴² Música independent o alternativa, que s'ha posat bastant de moda en els darrers anys entre alguns joves.

amb una imatge més radical i *deixada*, en referència als *punks* més radicals).

L'oposició amb la *marxa màkina* no fa referència només a la música i la roba, sinó que va molt més enllà. Com hem dit, alguns joves arriben a parlar d'ideologia. Una noia *tirada* que parla en aquests termes creu que la gent com ella, més *tirada*, és «gent més progre», i explica quins són els altres tipus: «També estan els *quillos*, els *maquineros* i els *pijos*, que jo els anomeno burgesos...». Ella assegura que els *heavies* són «més d'esquerres, més catalanistes». Altres parlen de formes de ser molt diferents. El cas és que entre uns i altres hi ha una «distància» considerable. En els elements més radicals (com serien els *skins* i els *punks*, per exemple) aquesta distància pot implicar per ella mateixa una baralla, però en la majoria només fa que hi hagi una percepció de la diferència i relativa incompatibilitat. En alguns ni tan sols això.

Els *tirats* són, en números absoluts, 4 cops menys nombrosos que els *màkina*: els enquestats als quals només agrada aquest tipus de *marxa* són únicament el 9% del total (i el 14% dels que els agrada sortir). L'especificitat és que els percentatges de presència d'aquest tipus de *marxa* són pràcticament iguals a les tres classes socials, encara que això implica que numèricament n'hi ha més de la classe obrera (53%) que de cap altra (només el 18% dels *tirats* de l'enquesta són de classe mitjana-alta). Una noia d'un centre públic de FP, que assegura que d'aquest tipus de joves n'hi ha de tots els nivells socials, torna a introduir la noció d'ideologia quan explica que «*los que tienen dinero a lo mejor adoptan esta imagen para dar un concepto que no son. Pero que no tienen una ideología. Si van de esta forma tienen que pensar una cosa, y en realidad no la piensan. Sólo lo hacen por ser alguien*».

Si bé a les tres classes socials el percentatge de *tirats* és similar, per centres no passa el mateix. El de FP públic, un dels de BUP privats (el que no és religiós) i els dos públics d'ESO, per aquest ordre, són els que tenen el percentatge més alt de casos. Els altres (BUP públic, BUP privat religiós i FP privat) només tenen 3, 2 i 1 casos. Això sembla denotar una diversitat considerable. Sí que hi ha un decantament clar en el fet que sembla un tipus molt més masculí (a la mostra hi ha el doble de nois que de noies, i en una entrevista una noia assegura que en aquests locals efectivament hi ha bastants més nois que noies), molt més present entre els que viuen al centre de la ciutat (percentualment, no en nombres absoluts), i molt més català que la resta de la mostra. Una noia que combina la *marxa màkina* amb la *tirada* i altres tipus secundaris, té aquesta intuïció: «*Igual los catalanes son más... más hippies [es refereix a tirats]... que los castellanos. Que también hay*

castellanos que son hippies... ¿no? Que van... pero quizás los catalanes más». Només 2 dels 34 integrants d'aquest tipus diuen que el català té massa protecció (representen el 6%, en comparació amb el 23% de la resta de la mostra). És a dir, que malgrat ser un tipus de *marxa* totalment interclassista, sembla tenir unes característiques afins a un tipus de gent molt determinat: catalans del centre amb tendència a fer cursos extraescolars, amb una actitud liberal davant l'avortament i l'homosexualitat (només a 1 de cada 10 els molestaria que una amiga avortés o fos homosexual, mentre que a la resta de la mostra molestaria a 3 de cada 10), amb una tendència més gran a la participació en associacions (la meitat d'ells, i no el 18% com a la resta de casos) i amb un interès i coneixement de la política més gran (41% per un 14% a la resta de la mostra). També visiten exposicions una mica més i van al cinema amb més regularitat. Gairabé totes aquestes característiques són oposades a les de la *marxa màkina*.

I si els joves de la *marxa màkina* anaven més que la resta a les sales de màquines, aquests hi van bastant menys: el 73,5% d'ells no hi va mai, davant el 46% de la resta de la mostra. Al billar i al futbolí, en canvi, hi juguen més que la resta (però no que els joves de la *marxa màkina*). Surten per la nit més assíduament que la resta del enquestats (i més o menys com els de la *marxa màkina*) i van més —i més assíduament— a bars per les tardes (també més que els *màkina*). Només el 12% no beu cervesa (davant el 58,5% de la resta i del 59% dels *màkina*), que conjuntament amb el *calimotxo* són les begudes característiques d'aquest tipus de *marxa*. També beuen més whisky —però bastant de tant en tant—, més vodka, una mica més de *Martini* i una mica més de *xupitos*. Fumen molts més porros (només el 44% no en fuma, davant el 79% de la resta de la mostra i el 76% dels *màkina*). Una noia *tirada* explica que «fumar porros ara és... super normal», i ho diu entre indignada i sorpresa, com si no ho acabés d'entendre. N'hi ha un que diu prendre pastilles (el percentatge és igual que entre la resta d'enquestats, però inferior que entre els *màkina*). La pauta de consum diferenciat s'evidencia en les actituds: les pastilles molesten una mica més que a la resta (i molt més que als joves de la *marxa màkina*), mentre que l'alcohol ho fa igual i els porros molt menys (només disgustaria que un amic fumés porros al 6% dels *tirats*, davant el 52% dels *màkina*). Una noia que freqüenta aquest ambient resumeix en molt poques paraules què hi ha darrera d'aquestes xifres: «El meu ambient és més de porros i cervesa, és un ambient més tirat».

Un altre aspecte on es percep l'oposició entre les dues marxes és amb la qüestió dels *skins*. Mentre que hem dit que a la *marxa makinera*, tot i ser mal vistos per la meitat dels casos, són relativament (en relació a la resta de la mostra) acceptats, en aquest altre tipus de *marxa* són satanitzats. Mentre que a la *marxa màkina* es poden arribar a percebre com a normals, des d'aquesta es perceben com a monstres antagònics. A 9 de cada 10 els molestaria que un amic es fes *skin* (mentre que entre els *màkina* eren només 5 de cada 10), i les opinions dels entrevistats *tirats* són sempre molt negatives amb tot allò que rodeja els *skins*.

La *tirada* és, com el mateix nom indica, una estètica tirada. Als seus integrants els agrada molt menys anar arreglat, modern, i de marca (encara que seria interessant veure fins a quin punt això que diuen *realment* és així: una noia que es mou entre l'ambient *màkina* i *tirat* dona suport a aquesta sospita quan explica que «*bueno, es que hay gente que va tirada, y yo veo que... que también... lleva unos Levi's, o sea, que la inmensa mayoría* [i no només els que no són *tirats*] *va de marca*»). Tampoc els agrada anar d'esport o *skin*. Les formes de vestir que sí els agraden més que a la resta són *tirat*, *grunge*, *heavy* i *punk*. És a dir, una forma de vestir pràcticament inversa a la dels *màkina*.

Musicalment també són l'antítesi del gust *màkina*: els desagrada tot allò que agrada als *màkina* i els agrada tot allò que desagradava a aquells, sobretot el rock'n'roll (agrada a quasi tots), el *punk*, el *heavy* i el *grunge*, però també el rock català, el country, la música popular catalana, la música clàssica, el jazz, el blues i el soul. Una noia *tirada*, explica com percep el blues i el soul: «Crec que dintre la gent jove aquest tipus de música agrada i està bé, però no és un tipus de música que sigui teu; són músiques que, encara que t'agradin, són llunyanes a tú. La prioritat és el rock, el pop i tal, no aquesta música». La rumba els és molt més indiferent (i agrada menys, també) i la salsa una mica més (però agrada més o menys igual). A part de la màquina dura, que desagrada al 88% dels *tirats*, i de la suau, que ho fa al 71% (davant el 23 i 8,5% de la resta d'enquestats), agraden menys les sevillanes, el *flamenco-rock*, el rap i, més notòriament, el pop. És a dir, que és un gust invertit respecte del de la *marxa màkina*.

Gasten una mitjana de 6.300 pessetes al mes, mil menys que els joves de la *màkina* i 550 més que els 10 de la *marxa màquina pija*. Entre els *tirats* hi ha molts menys casos que gastin més de 10.000 pessetes al mes (mentre que a les marxes *màquina pija* i *màkina* són més que a la resta de l'enquesta). Van una mica menys a *El Corte Inglés*, més a la muntanya i molt més al teatre i a concerts, encara que

sobretot en la freqüència «bastant de tant en tant».

Tot plegat, per tant, apunta en direcció oposada a la de la *marxa màkina* que havíem vist just abans, amb la qual cosa es confirma la percepció subjectiva dels entrevistats. Com a la *marxa màkina*, però, no hem d'oblidar que la *marxa tirada* atrau diferents tipus de joves, des d'algú a qui senzillament no agrada l'ambient de discoteca fins al *punk* amb cresta o el jove entès en música que menysprea la música màquina per comercial i poc elaborada. A part de la música *heavy*, *punk* i *grunge*, en aquest ambient hi ha més estils. Un d'ells és l'associat a la música anomenada alternativa. L'element compartit entre tots aquests tipus de música és, per alguns dels entrevistats, una teòrica⁴³ independència (o relativa independència) de la lògica estrictament comercial. Un noi d'una escola privada de BUP, per exemple, defineix així el seu grup d'amics: «És que dintre del grup que anem hi ha gustos diferents, en quant a grups, però tots tenen una cosa en comú i és que és de caràcter artístic, o sigui, que no és de caràcter comercial per vendre, no està feta per una sèrie de treballadors anònims, que treballen per fer-la i vendre-la, que serien tots aquests solistes que canten, que tenen una veu bastant bona i tal, i canten però les cançons no les fan ells sinó que hi ha persones que s'encarreguen de fer-les exclusivament per vendre-les. Aquesta música no l'escoltem nosaltres. A nosaltres ens agrada més la música que està treballada per una persona, que l'ha compost independentment del que pensin els altres, que ha posat les seves idees en aquesta música».

És un gust, en definitiva, oposat al *màkina*. Si l'objectiu d'aquesta recerca hagués consistit a parlar de la «joventut» com un tot, tant el gust *màkina* com el *tirat* haurien pogut formar part d'un mateix grup, el dels «joves que surten de nit». En el nostre cas, en canvi, representen dos gustos radicalment oposats i diferenciats. Són dos gustos que estan relacionats tant amb el gust musical com amb la forma de vestir, la intensitat associativa, l'interès per la política, les activitats d'oci, l'actitud davant l'abort i l'homosexualitat, el consum de drogues, etc. I, el que és més important, són dos gustos que distingeixen els joves —dels quals massa sovint parlem com un tot uniforme— en grups bastant segregats l'un de l'altre.

⁴³«Teòrica» vol dir, aquí, atribuïda pels propis interessats. Estudiar les lògiques comercials de la música anomenada *independent* podria ser un exercici sens dubte interessant.

Màquina pija

El tercer tipus de *marxa*, el de la *marxa màquina pija*, en el nostre model només està representat per un local de Sabadell que, malgrat ser considerat de «música màquina», a diferència de les discoteques *màkina* té un ambient —com diuen els entrevistats— més *pijet i català*. Hi ha 36 individus a qui agrada aquesta discoteca, però només a 9 d'ells no agrada cap local dels altres dos tipus. Així que la comparació a partir de l'enquesta haurà de ser presa amb encara més precaució que en els tipus que hem vist fins ara, ja que 9 individus no representen ni tan sols el 3% de la mostra.

Aquests 9 individus són de classe mitjana-alta i empleada. No hi ha ni un sol obrer i tots són dels dos centres privats de BUP (i quasi tots són dones). Sembla que estem, per tant, davant d'un tipus de *marxa exclusiu*. Si la *marxa* màquina era predominantment obrera i la *tirada* marcadament interclassista, aquesta sembla ser predominantment de classes no obreres. Només un dels casos viu al centre de Terrassa i dos a Matadopera. La immensa majoria són catalano-parlants, a cap d'ells els sembla que el català està massa protegit, i tots han fet com a mínim un curs extraescolar (mitjana molt més alta que la resta d'enquestats).

A gairabé tots els molestaria que un amic es fes *skin* o consumís pastilles, però a gairabé cap que s'emborratxés els caps de setmana o que fumés porros. I pel que fa al vestir, els adjectius que els agraden són més semblants als dels *màkina* que als dels *tirats*, encara que en algun element s'assemblen més a aquests altres: hi ha un parell que diuen que els agrada vestir tirats, però a la majoria els agrada vestir modern, discret, senzill, d'esport, i de marca. A cap provocatiu, *heavy*, *skin* o *punk*, i, a un, *grunge*. Dels tres tipus són als qui més agrada vestir esportiu, discret i senzill (amb diferència) i també de marca (només una mica més que els *màkina*).

Pel que fa a la música, en relació a la resta d'enquestats els agrada molt més el rock'n'roll, el rock català, la música popular catalana, el *heavy*, el country, el *grunge* i els cantautors i una mica més el *punk*, el jazz, el pop, el blues i el soul. Els agrada igual la màquina suau (però una mica, no molt) i menys la màquina dura (malgrat que és una discoteca màquina), la música clàssica, la salsa (bastant) i el rap. Els agrada molt menys la rumba i les sevillanes (a tots menys un els desagrada o els són indiferents) i el *flamenco-rock*. És a dir, que no tenen ni de bon troç un gust musical semblant als joves de la *marxa màkina*, sinó que comparativament

tenen un gust molt més pròxim al *tirat*, amb la diferència que la música màquina, sobretot la suau, *no els disgusta* (ja que tampoc és que els entusiasmi: això està reservat per als *màkina*).

De diners en gasten igual que la resta de la gent (5.750, que és menys que els de la *marxa màkina*, que gasten 7.300 al mes), la meitat només surt de nit de tant en tant i van molt més a bars per les tardes (el 80% com a mínim 1 o 2 dies la setmana, davant el 37.5% de la resta). Tot i sortir més, asseguren que la seva relació amb les drogues és molt superficial: veuen més cervesa, *Martini*, vodka i *xupitos*, però de whisky i bourbon més o menys igual. De porros també més o menys igual que la resta d'enquestats (7 no en fumen), i de pastilles no en prenen (o això diuen) cap dels nou. És a dir, que afirmen consumir molts menys porros (i gens de pastilles) que els enquestats dels altres tipus de *marxa*.

Van una mica més al teatre. Només un va amb certa regularitat a sales de màquines. Juguen bastant a billar i futbolí, i la meitat participa en associacions (davant el 20% de la resta). També van més a *El Corte Inglés* que els de la *marxa tirada*. Veiem, per tant, més similituds amb la *marxa tirada* que no pas amb la *màkina*, amb la qual cosa sembla obvi que la «normalitat» d'aquesta discoteca, per tant, és molt diferent de la normalitat que pugui haver-hi en una discoteca *màkina*. Un noi d'un centre privat de BUP explica que al local de *màquina pija* hi va «gent normal (...)». A Terrassa hi ha llocs de màquina, però són més per «xarnegos», es podria dir. Al [lloc de *màquina pija*] i llocs així només van catalans; bé, quasi tots, és un bon ambient». Només s'assemblen una mica a la *marxa màkina* en els adjectius sobre la forma de vestir que els agrada, mentre que en la resta de qüestions semblen més propers a la *marxa tirada*. Més endavant aprofundirem en aquesta circumstància.

NO AGRADA SORTIR

Una de les característiques dels joves actuals és que arribat el cap de setmana, quan es fa de nit es llencen en massa a ocupar tota mena de bars i discoteques. Milers i milers de joves separats dels adults ocupen espais propis on parlen, ballen, riuen i prenen alcohol i altres drogues. Això és el que molts adults no comprenen dels joves: Què fan, allí? Quin sentit té, sortir cada cap de setmana? En aquest treball no pretenem respondre aquesta pregunta, sinó que partim del supòsit que «sortir», anar de *marxa*, té un sentit importantíssim pels joves, fins al punt que ha esdevingut una activitat practicada per quasibé la totalitat d'ells. Una noia, quan se

li pregunta si hi ha gent a qui no li agrada sortir contesta així: «No. Jo no en conec casi a cap. Em sembla que a tothom li agrada».

Fins ara hem analitzat i perfilat els tres tipus de *marxa* principals, que es diferenciaven en tres factors i que les entrevistes confirmaven pràcticament sempre. Però a part, quan es demanava als entrevistats que expliquessin els tipus o grups de joves que creien que hi havia, molts d'ells comencaven per una altra divisió: gent oberta, activa, que surt, per una banda, i gent tancada, que estudia molt, a la qual no agrada sortir, per una altra. Aquesta dicotomia a vegades es plantejava com un divisió en tres grups. Una noia, per exemple, comença l'entrevista així: «*Pues no sé, hay los típicos que... que sólo se dedican a estudiar y a planear su futuro... luego hay los que estudian y también prefieren irse de marcha y tal y luego hay los que no quieren estudiar y no quieren hacer nada y se dedican a otras cosas*». En el nostre model la posició intermèdia l'ajuntarem amb la dels que només pensen a sortir —més endavant en parlarem més detalladament—, i la primera, la dels que només es dediquen a estudiar, la considerarem com una part d'aquells als quals disgusta sortir (que no necessàriament han de ser estudiosos, també poden ser joves orientats a altres activitats diferents de la *marxa* i l'estudi, com l'esport, la música, etc.).

Els entrevistats acostumen a associar no sortir amb «ser tancat, aborrit i obsessionat pels estudis» (i «poc *enrotllat*»). L'ènfasi atorgat a aquesta categorització a les entrevistes denota que per als joves aquesta és una distinció important a l'hora de percebre's com a part d'un *endogrup* determinat. Una noia d'un centre privat de BUP diu que a part dels que surten hi ha d'«altres que no surten gaire, que es queden fent deures i la família i això. (...) Sí, bueno, a la meva classe hi ha algú, i jo que sé, n'hi ha de molt tancats». Diu que «potser gent que no els deixen, altres que jo que sé, tenen amics allà al barri i estan sempre a casa d'un o a casa de l'altre».

En el nostre model aquest quart tipus de joves, aquells als quals disgusta sortir, no té un perfil ben delimitat, ja que és molt més complex i heterogeni. Sí creiem important, malgrat això, instituir el tipus ideal com a tal i esboçar-ne els quatre trets que hem pogut copsar, ja que representen el gens menyspreable 18% dels enquestats.

Com ja hem insinuat, és un tipus que entronca amb una de les definicions d'aquella noció d'*enrotllat* que hem analitzat al començament del treball, concretament amb aquella que definia l'*enrotllat* com la persona activa, que es

relacionava, més o menys oberta, que sortia i no es limitava a tancar-se a casa i a estudiar. La majoria tant de joves orientats als estudis —una inversió en el futur— com (vagin o no units) de joves més tancats en ells mateixos, estaran en aquest grup, encara que també hi entraran casos de, per exemple, joves que encara *no han fet el canvi* (segueixen comportant-se «com quan eren uns nens») i que en un parell d'anys començaran a sortir, o aquells radicalment contraris al *vici* del tabac, l'alcohol i altres drogues, que es resisteixen a amotllar-se a les definicions *més permissives* que ara es troben en el seu ambient. Aquest és el cas d'un dels nois entrevistats, que assegura que els més *enrotllats* surten molt més —i per tant estudien menys—, i que quan se li pregunta si li agrada sortir diu que «sí, està bé, però a mi se'm fa una mica pesat. Perquè sempre és el mateix... bueno... (...) lo típic, que hi ha molt fum, i massa vici, i que et molesta si no fumes, i que també potser, tanta estona al mateix lloc fent sempre el mateix, jugant o sentat... a vegades és millor estar a casa i parlar amb els amics o jugar, o qualsevol cosa». Ell mateix diu que això és així potser perquè és bastant jove [té 15 anys]: «De moment és que no en tinc moltes ganes. Segurament si fos més gran en tindria més ganes. Coses de l'edat, suposo. Ja arribarà això.». Altres entrevistats, en canvi, expliquen que quan van començar a sortir es van sorprendre molt de la normalitat amb què es fumaven porros, però que amb el temps *s'hi van acostumar*.

Aquest jove a qui no agrada sortir fa una categorització de joves diferent a la majoria d'entrevistats. No parla de locals *màkina* i locals *tirats*, ni de gent oberta i gent tancada, sinó que distingeix entre els joves que estan «fent estudis» i els que no. A més hi afegeix un segon eix que separa els interessats en política i els passotes. Segons l'enquesta els *tirats* tendeixen a ser més del primer grup i els *màkina* més del segon (en percentatges).

Els 67 enquestats que diuen que no els agrada sortir són joves que no acaben d'encaixar en la dinàmica de *marxa* cada cop més estesa entre els individus d'aquesta edat. Molts dels entrevistats diuen que *tothom surt*, i quan se'ls pregunta si no hi ha ningú que no surti, matisen: «Poca gente, que yo conozca. Gente que está mucho por los estudios, que se le dice que está empanao». Una noia que no surt una mica també parla així dels que no surten: «En clase hay una o dos a las cuales no les gusta salir, o por lo menos eso dicen, son un par de chicas un poco rarillas, que siempre están solas y que se relacionan poco con los demás». Una noia tirada d'un centre públic d'ESO assegura que de joves que no surtin n'hi ha «pocs (...), té a veure amb la ideologia dels seus pares, més conservadors...». Una noia de

FP públic afirma que surt quasi tothom, però que sempre «*habrá el típico que preferirá estudiar antes que salir (...). Que haga lo que quiera, pero podría divertirse también*».

Per centres n'hi ha més (percentualment) al centre públic de BUP, a un d'ESO públic i a el privat religiós de BUP. I per classes socials no hi ha diferències, però sí per sexes (més entre els homes) i per lloc de residència: n'hi ha més als barris de Terrassa⁴⁴, a Can Tussell⁴⁵ i a altres ciutats (i menys al centre i a Matadepera⁴⁶). En ambients catalans i més benestants, per tant, sembla que la *marxa* té menys tendència a *no agradar*, però si mirem les dades segons la llengua parlada a casa això no es confirma, ja que, si bé és cert que entre els castellano-parlants el 20% és d'aquest tipus, entre els catalano-parlants ho és el 19%. Només els que parlen ambdues llengües a casa presenten diferències: 11%.

Molts identifiquen aquest tipus de nois amb els que estudien molt, o els que són més tancats, aborrits, etc. Si analitzem el seu gust musical veurem que són més indiferents que la resta respecte el rock'n'roll, el *punk*, el rock català, el *heavy*, la màquina dura, el *grunge* i el *soul*. Una noia d'una escola privada de BUP diu això de les noies més tancades de la seva classe, les que no surten: «No crec que escoltin ni *heavy* ni màquina». Una altra noia d'una altra escola privada de BUP diu que «potser aquesta gent més així de sortir li agrada més la música... no sé... com màquina i rock, i als altres la música més tranquil·la, no sé, grups així solitaris... com Maria Carey i això. No sé, més pacífics que diguéssim».

I pel que fa a la roba els agrada més vestir senzill, d'esport i una mica més tirat; igual d'arreglat i *grunge*; i menys provocatiu, modern, de marca (poc menys), *heavy*, *punk* i (d'aquest no n'hi ha gens) *skin*. Un noi d'un centre privat de FP descriu així com vesteixen els d'aquest tipus: «No sé... *visten... más antiguo... no sé... les dicen más catetos...*». Una noia d'una escola privada de BUP també diu que vesteixen diferent: «Si, potser... no sé, com que no volen cridar gaire l'atenció,

⁴⁴ Amb «altres barris de Terrassa» ens referim a els barris de la ciutat que no són ni el centre ni Can Tusell.

⁴⁵ Can Tussell és un barri de nova planta, amb certa fama de conflictiu, construït per les administracions i format per pisos de protecció oficial. Sobre el centre, simplement fer palès la diferenciació social entre centre i perifèria.

⁴⁶ La composició social de Matadepera, un poble proper escollit, com a residència per la gent de més capacitat adquisitiva de la ciutat i que és percebut com el lloc més *pijo*. Un entrevistat, per exemple, descriu així els joves que són d'allí: «Bueno, els que tenen les Torres, es poden dir, si... aquells si, aquells van més de xulos i de creguts perquè tenen una moto i segons que. I van així que si jo tinc això que si tinc allò. Van de xulos però amb estil diferent, a ser superior a aquest i a l'altre».

doncs no sé, normal, no? En canvi hi ha un altre tipus de gent que vesteix de forma més extremada».

Si no els agrada sortir sembla de calaix que no els agradarà beure ni prendre drogues, i que la seva actitud respecte tot això serà més negativa. Efectivament, ni prenen pastilles ni porros, d'una banda, i són una mica més *anti-pastilleros* (79% davant el 71%), de l'altra. Respecte els *skins*, en canvi, no tenen una actitud tan contrària: només al 55% li molestaria que un amic es fes *skin*, mentre que a la resta el percentatge puja al 60% (i entre els *tirats* ja hem vist que era del 90%).

La percepció de la majoria d'entrevistats, per tant, és que es tracta de joves que davant l'elecció estudis/diversió han optat *massa* exageradament per la primera (encara que molts, a la vegada que se'n riuen, respecten la decisió, ja que consideren que pot portar fruits que ells envejaran en un futur). Hi ha un entrevistat d'un centre privat de BUP, però, que no ho relaciona en absolut amb el fet de ser o no *empollón*: «La gent que no surt és més que es mou en un altre món, que... o sigui, que potser no entén el que fem nosaltres, o no els hi agrada el que fem, és el seu gust, i simplement prefereixen quedar-se a casa o anar a jugar futbol o jugar a l'ordinador». És a dir, que el grup a qui *disgusta sortir* és heterogeni, i no es pot reduir, com fan molts joves, als *empollons* que *només pensen en estudiar*.

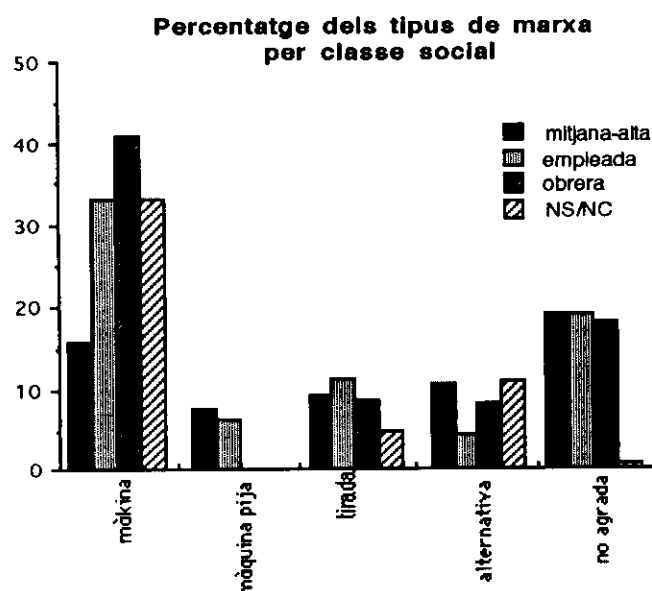
Un noi entrevistat és un exemple d'això. Té 15 anys, és fill d'obriers, va a un centre privat de BUP i explica així la seva situació: «A mi no m'agrada anar a discoteques i no les conec gens (...). Jo quan surto per Terrassa vaig per les rambles... no m'agrada sortir molt». Quan se li demana la raó, aquesta és la seva resposta: «Per l'ambient en general, a discoteques tipus [*màkina*] hi ha molta gent rara, que van a fumar, a beure i això i es pot fer més coses els caps de setmana que anar a tancar-se a una discoteca (...). Sortir al cine, passejar, anar a prendre alguna cosa, a vegades anem a prendre bocates... coses així, a llocs on pots parlar i no allà, on és impossible parlar». És *anti-heavy* i *anti-màquina*. La resta li agrada tot. Relaciona les pastilles amb els problemes, per això diu que a les discoteques de gent de 17 anys són més habituals: «Als 17 anys ja hi ha més problemes: que si nòvio, els estudis, tot això...». No acceptaria ni que un amic agafés borratxeres els caps de setmanes: «No, perquè a més és una tonteria, després et trobes fatal i els altres que van amb tú ho passen malament».

A la primera part del treball, quan analitzàvem la noció d'*enrotllat*, hem advertit que el fet d'anar nois i noies junts és una de les característiques que acostumen a

distingir els «enrotllats» dels «no enrotllats». Doncs bé, aquells als quals no agrada sortir estan molt menys aparellats que la resta⁴⁷, la qual cosa reforça la idea segons la qual es podria arribar a establir un cert paral·lelisme entre no agradar sortir i ser considerat *no enrotllat* (encara que és obvi que una relació així de simple seria imperdonablement reduccionista).

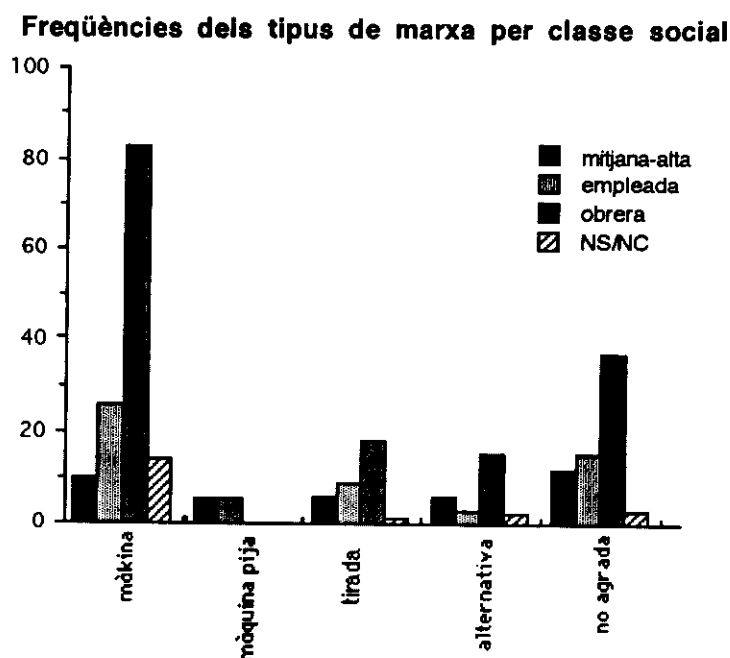
ESTRUCTURA SOCIAL I ELS TIPUS IDEALS

Tenim ja perfilats, per tant, els quatre tipus ideals bàsics que conformen el model (i a part tenim els joves a qui, tot i sortir, no els agrada cap dels locals que defineixen el model, que hem apartat en un tipus que hem anomenat *marxa diferent*). El que és interessant, en relació a l'estructura social, és que si bé dos dels tipus, el *màkina* i el *màquina pija*, sí semblen bastant desigualment distribuïts, i per tant bastant enclassants, els altres dos són interclassistes: el *no agrada sortir*, que en aquest sentit no és tan interessant —ja que més que una opció estètica determinada representa només una negació estètica determinada, darrera de la qual no sabem gaire quin gust hi ha—, però l'altre, el tipus *marxa tirada*, fa referència a un gust (música, locals de nit, vestir, etc.) amb la mateixa presència percentual a les tres classes socials (a la mostra, ara caldria saber si a la població les variacions són importants). El següent gràfic ho il·lustra més clarament:



⁴⁷ La pregunta era si tenien parella formal.

Aquí veiem com cada classe distribueix el seu gust en els quatre tipus ideals. A part, però, també podríem fer una altra gràfica, no amb el percentatge per classes socials de cada tipus, sinó amb les freqüències, la quantitat de joves de cada tipus a cada classe social (sempre en referència a la mostra, òbviament).



Aquesta segona anàlisi ens permet copsar millor el contingut dels locals (mentre que el primer feia referència al percentatge dels enquestats de cada classe social que són de cada tipus ideal). Aquí es veu clarament com l'ambient de la *marxa* màquina és el majoritari i el més majoritàriament obrer, i com la resta de *marxes* són numèricament molt inferiors. De la mateixa manera, s'observa clarament que malgrat que la *marxa tirada* és interclassista, en les freqüències totals (i no en els percentatges per classe), la classe obrera (i sempre amb dades de la mostra) és la que hi té més presència.

10. Categories transversals

Aquest són els quatre principals tipus que hem identificat, dels quals només tres fan referència a tipus de *marxa*, mentre que el quart és la negació d'aquesta. A part d'aquests grans tipus, que són els més *salients* (en referència al concepte de Tajfel i

Turner analitzat a la primera part) en la majoria de joves entrevistats, pot ser molt interessant analitzar unes altres categories igualment importants que no es limiten a l'específic camp de la *marxa* i els joves, però què són prou importants com per tenir-les en compte en una anàlisi del gust d'aquests tipus ideals. Aquestes altres categories —que no són tant *salients* ni conscients— correspondrien al que Bourdieu descriu com a parelles d'adjectius antagònics que utilitzem normalment per classificar i qualificar les persones, i que tenen com a principi l'oposició entre una «elit» de dominants i la «massa» dels dominats (Bourdieu, 1988: p.479). Aquestes parelles d'adjectius antagònics organitzen —subtilment— l'espai social en un a dalt i un a baix, i ho fan conformant les *estructures cognitives* que elaborem els agents per conèixer *pràcticament* el món (recordem la idea de coneixement pràctic) i que, segons Bourdieu, vindrien a ser com unes *estructures socials incorporades*.

NORMALS I EXTREMATS

Abans d'entrar a analitzar aquestes parelles d'adjectius directament relacionats amb l'estructura social en general, farem referència a una noció que ja ha sortit en diverses ocasions, la dels joves «normalets» (en oposició als «extremats» o «radicals»). Aquest adjectiu no va lligat a l'espai social, sinó al camp de joc juvenil. És un adjectiu que sí estructura els joves en diferents tipus, però no sembla que tingui res a veure amb l'estructura social. La diferenciació entre «normalet» i «extremat», a més, va lligada a una de les acepcions que pot adoptar la noció d'«enrotllat», aquella que va lligada a un caràcter fort, a una manifestació estètica definida i fins i tot atrevida, provocativa.

En primer lloc cal parar atenció al fet que el que hem analitzat fins ara són *tipus ideals*, són característiques estereotípiques que defineixen l'espai de la *marxa*. Hem vist quins són els elements que caracteritzen cadascun dels tres tipus del nostre model. En cadascun dels tipus, sobretot en els dos primers, hi ha joves amb una postura més estereotípica i, sobretot, més radical. Com és lògic, no tots els joves són com els que hem analitzat: fidels a un tipus de *marxa* i reticents als altres dos. En realitat ni tan sols tots els joves es prenen igual de *seriosament* la *marxa*. N'hi ha a qui els agrada, però tampoc massa. N'hi ha que combinen dos tipus sense problemes, i que per tant poden desdibuixar les possibles oposicions que sembla que es desprenen de l'anàlisi anterior (aquests joves que combinen sense problemes els analitzarem més endavant). I també hi ha joves als que malgrat que *només agrada* un tipus de *marxa*, es caracteritzen per una adscripció gens extremada en les formes

(música, vestir, drogues, etc.).

Un noi d'un centre públic de BUP distingeix entre els joves que *van d'alguna cosa* i els *normals*, que no van de cap tribu concreta: «Bé, el que es consideri normal pot anar més cap aquest o aquell grup o ideologia, pot haver-hi els que reivindiquen... catalans, no? Però aquests... no sé com definir-los, aquests... que no es fiquen tant amb la gent... no sé, un altre estil, és a dir, el rock o el pop (...). Podríem separar la gent normal que li agrada la música màquina i els que els agrada la música més normal. El rock... (...) Els normals són la majoria». Una noia d'un centre de FP també distingeix entre els *hippies* i els *pastilleros* (i *rapats*), d'una banda, i els normals, de l'altra: «Y no sé, después están... yo que sé... los nor... no los normales, ¿no?, lo de siempre... la típica gente que le gusta... yo que sé, de todo, ¿no?». Una altra noia insisteix en la mateixa idea: distingeix entre «*maquineros o fachas*», els «*hippies*» i, «*luego ya hay otra gente que le gusta todo, que es normal. Yo creo que los básicos són esos*». I encara un altre exemple, el d'un noi: «No se, y también la gente normal, que va a lo suyo, pasando de todo, sin drogas y sin nada de eso. Y ya está». Els «normals», per tant, semblen caracteritzar-se per tenir un gust poc extremat (drogues, música i roba) i, sobretot, molt obert: els agrada de tot. Agradar de tot vol dir, aparentment, no distingir-se a través del gust, no donar-li importància. Per altres, però (els radicals), agradar de tot vol dir no tenir personalitat, vol dir no tenir caràcter i ser una persona «que no es manifesta estèticament». Aquesta oposició és, entre els joves, prou important (*salient*), encara que juga en un camp diferent a la separació entre els tipus ideals (encara que el tipus *no agrada* serà predominantment *normalet*, en els altres tipus també hi haurà molts individus que ho seran).

La majoria dels entrevistats distingeix els grans tipus que hem vist més amunt i, després, diu que hi ha tots els *normals*, entre els quals no creuen que hi hagi diferències (o són diferències *individuals*). Molts d'ells, però, durant l'entrevista, acaben establint diferències importants entre tots aquests *normals* que deien que eren iguals. Les parelles d'adjectius que veurem després juguen un paper molt important en l'establiment d'aquestes diferències i, com afirma Bourdieu, també en el seu oblit (aquest tipus de diferències quasi sempre les havíem de preguntar expressament, perquè els joves mai les explicaven per pròpia iniciativa —ara bé, això pot ser no per «oblit» en el sentit de Bourdieu sinó per auto-censura, com en alguns dels casos estem pràcticament segurs que era). En un local *tirat* hi ha gent *normaleta* i gent *extremada* i en un local *màquina* també, però una i altra gent

normaleta són bastant diferents, encara que molt més «compatibles» que no pas la gent extremada, que és la que està més pròxima als tipus ideals.

Podem concebre els tres tipus ideals que hem perfilat com tres posicions que, tot i objectivades a l'espai social, són producte de negociació per part dels joves. Són com tres *papers* diferents (amb les seves disfresses, el seu llenguatge i els seus complements) que els joves poden interpretar a consciència o només superficialment, i que fins i tot poden interpretar en combinació amb un altre. La idea de *reserva de rol* que hem analitzat més amunt ens pot ser, aquí, molt útil, perquè el jove, igual que ha de decidir (en processos que poden escapar a la voluntat conscient) l'equilibri entre diversió i estudi, també ha de decidir a quina de les tres marxes —o a d'altres alternatives— s'adhereix (sigui per elecció conscient i autònoma, sigui per adhesió al grup, sigui per imitació dels germans grans, etc.). I potser pot decidir combinar-les, per la raó que sigui: perquè va amb dos grups d'amics de dos tipus diferents, perquè li agraden les dues, perquè la que més li agrada li queda lluny de casa i només hi pot anar quan algun amic porta cotxe, etc. El fet important és que, darrera d'aquestes mixtures, hi ha tres realitats objectivades, i per tant objectives: malgrat que siguin producte de la interacció social són *compartides* per tots o gairebé tots els agents, i per tant externes als individus (encara que un individu no hi cregui, com que la resta sí que ho fa, es veu obligat, si es vol comunicar amb èxit, a acceptar aquestes categories), que són les que, en gran mesura, ordenen l'espai del gust dels joves de Terrassa.

Així que tenim una distinció bàsica entre *normals* i el que podríem anomenar *extremistes*. Allò oposat a normal serien els que s'agafen a una estètica i potser unes idees i s'oposen a la resta: els representants prototípics dels *skins*, els *heavies*, els *punks*, els *fiesteros* (i també, fora de la *marxa*, els *independentistes*). Un noi d'una escola privada de BUP, per exemple, diu que els normals de la seva classe no vesteixen mai «radical»: «Hi ha gent que sempre vesteix així en plan arreglat i tal. Se surt més de com anem nosaltres. Seria la gent més tímida, que s'atreveix menys a manifestar-se estèticament. Que té més vergonya». Cadascun dels diferents tipus de *radicals* té el seu lloc en un tipus de *marxa* (els *skins* i *fiesteros* a la *marxa màkina*, els *heavies* i els *punks* a la *tirada*), amb la qual cosa estan contribuint a la definició d'aquesta. Per exemple, la percepció d'un local *tirat* per part d'un noi que va a la *marxa màkina* ve determinada per aquests casos més extremats: «Si, bueno, esos son bares musicales que abren por las noches... a mi no me gustan mucho, va gente rarilla, cosas raras... (...) van gentes con sus crestas».

Hi ha una noia d'un centre privat de BUP que enlloc de distingir entre gent *màkina* i gent *tirada* estableix la dicotomia entre *pijos* i *skins*: Assegura que del que més hi ha és «gent normal! Ni d'un extrem ni de l'altre. Entremig», la qual cosa significa a mig camí entre els *skins* i «els *pijos*... que sempre van amb les marques dient por ahí que tenen molts diners i tal». Això sí, entre els normals distingeix entre «el *heavy*, el romàntic...» (a aquests segons els menysprea una mica, els qualifica de *cursis*, i per a molts correspondrien als normals per definició, ja que els *heavies*, per a molts, formen part dels *tirats*, no dels *normals*).

A partir dels extrems dels tipus ideals s'obre tota una gradació on aquest caràcter prototípic es va diluint fins a quedar-se en pràcticament res, en gent que fins i tot combina una *marxa tirada* amb una *màkina*, la qual cosa seria impensable per als elements més propers al model *típic-ideal* d'ambdues (una *makinera* bastant clara, per exemple, després d'anar un dia a un bar *tirat* es va quedar espantada de tan *rar* que li semblava). Un exemple d'aquesta gent *normal* que no «representa tots els elements» del paper d'una *marxa* però que tot i així hi troba el seu lloc és el d'una noia de FP, obrera, que va a discoteques *màkina* però a qui no agraden ni els *skins* ni els *pastilleros*. Va a aquestes discoteques (últimament a una de més *suau*, a mig camí entre el tipus *màkina* i el *màquina pija*, segons diu ella) perquè per ella és un lloc normal, però no per això li agraden els representants més radicals d'aquests llocs.

Continuant amb aquest raonament, el que és molt interessant del gust dels joves potser no són tant aquests elements prototípics i més o menys minoritaris (allò que s'ha anomenat *tribus urbanes* i que han omplert tants llibres i espai als mitjans de comunicació), sinó la gran majoria d'individus que ocupen aquest *continuum* des del tipus ideal fins a la indeterminació tipològica total. En un extrem hi ha el radical, a l'altra aquell que no té cap característica del tipus de *marxa* en qüestió i que per tant no es diferencia d'altres joves que no van a aquest tipus de *marxa*. Però al mig, entre aquests dos extrems, hi ha la gran majoria de gent que, si bé no juga el paper *tirat* o *màkina* al cent per cent, sí que s'hi sent còmode (més que en un altre tipus de *marxa*). Aquesta gent que és més *normaleta*, segons diuen un i altre cop els entrevistats, també té un gust específic. No són *tribus urbanes*, però també poden tenir un gust que els separa dels altres, un gust que els manté units en un mateix tipus de locals.

I el que és interessant d'aquests individus *normalets* és descobrir els seus criteris de *normalitat*. Per a un *tirat normalet*, per exemple, una discoteca *màkina* pot ser un

lloc on no aniria mai, perquè la gent és molt rara. Tot i ell ser *normalet*, la seva normalitat està molt allunyada de la *normalitat* dels *màkina*, i al revés igual. És una normalitat producte de la seva trajectòria, de la seva localització social, i per tant de la seva diferenciació respecte d'uns «altres», d'un exogrup que ell percep estereotípicament com a diferent, tal i com expliquen Tajfel i Turner. Veiem alguns exemples d'identificació amb una normalitat i alguns on, a més, hi ha una diferenciació clara respecte d'un exogrup *rar* i *estrany*. Una noia de *marxa màkina* i amics *skins* considera que el seu tipus de *marxa* és on va la gent a la qual agraden les pastilles i també la gent normal «que no son ni heavies ni cosas de esto», i que la *tirada* és una *marxa* molt rara. Una noia d'una escola privada de BUP, en canvi, diu que «no, bueno, els *heavies* pots trobar els *punkies* i els normals, gent que els agrada la música i ja està, que li agrada la música i passar's-ho bé, que no cal que vagi amb elàstics ni amb botes ni res de res. Jo vaig i ni *punky* ni rapat, hi vaig perquè m'agrada la música, així normal, amb bambes». A diferència de l'altra noia, aquesta sí considera que en l'altre tipus de *marxa* hi ha gent normal, que no és *rara*. Diu que a les discoteques *màkina* hi van els rapats, però «home, no vol dir que tots dintre la discoteca siguin rapats. Qui no és rapat i va a la discoteca va normal».

També hi ha, però, joves *tirats* que no veuen els no-extremats de la *marxa màkina* com a normals iguals que ells, sinó com a molt diferents. Una noia que també és d'un centre privat de BUP explica que les noies d'ambient *màkina* van molt més maquillades (i posa cara de disgust absolut), i que les veu com molt diferents, fins a l'extrem que si anés amb elles se sentiria tan diferent que no estaria a gust. Quan se li pregunta per què són diferents mostra dificultats per explicar-ho: «Perquè són diferents, no sé... són més... no sé... com... no ho sé». Se li insisteix i respon així: «A veure... potser la gent que fuma, que se'n va per ahí, que estan més amb nois, que ja han sortit molt... amb molts nois». També diu, com si fos una cosa molt estranya, que totes porten botes fins als genolls. Una noia d'un centre públic de FP, en canvi, i tot i que no li agrada gens la *marxa pastillera* radical, està convençuda que aquesta estètica que tant rebutja l'altra noia, com anar amb un *top*⁴⁸, per exemple, és completament normal: «Hombre, que no lo encuentro eso de decir: "¡Como va esa!"». Ella, de fet, porta botes fins als genolls: «O sea, yo llevo, (...) es típico ir con la faldita y las botas».

⁴⁸ Peça de roba molt utilitzada per les noies joves, especialment en el marc de la *marxa màkina* que cobreix la part superior del cos però deixen la cintura nua. Pot deixar al descobert uns pocs centímetres de pell o, en els casos més «provocatiu», només cobrir uns pocs centímetres de pell.

Respecte la música, per exemple, mentre entre els *tirats* es tendirà més a percebre aquells a qui els agrada la rumba, el flamenco-rock, les sevillanes i aquest tipus de música com a *diferents*, entre els de la *marxa màkina* això es considerarà normalíssim. Una noia *màkina* explica que la rumba, les sevillanes, la salsa, i aquest tipus de música no agrada als *pijās*, sinó a «*la gente más normalita*».

En un centre privat de FP, per exemple, el més habitual entre els alumnes és una actitud més propera als *skins* que als *punks* o els *heavies*. La *normalitat* del centre tendeix cap al tipus *màkina*: «*La tutoría pasada hicimos un debate sobre heavies, skins y punkos. La mayoría de la gente estaba a favor de los skins, después había unos pocos de heavies y muy pocos de punkos. En mi clase los heavies se pueden contar con los dedos de una mano*». Les estadístiques mostres com, efectivament, els alumnes enquestats d'aquest centre van moltíssim a discoteques *màkina*.

Un noi que va a un centre públic de BUP, per descriure el seu centre distingeix entre els *fiesteros* —els *enrotllats* que surten molt, gasten molt i els agrada molt la festa— i els més *normalets*, que tot i que de vegades sí van a la *marxa màkina*, els agrada més passejar per les Rambles, anar al cinema, a la muntanya, etc. Ell mateix explica que als que *són més de la festa*, els més *enrotllats*, els agrada la màquina, mentre que als més *normalets* els agrada una mica de tot: «a nosaltres més diferent, d'àmbit més... de diferents estils». Ara bé, entre aquests més *normalets* que els agrada de tot, quan se li demana, sí que distingeix dos estils: «Podríem separar la gent normal que li agrada la música màquina i els que els agrada la música més normal. El rock...».

Una noia que també parla molt dels joves a qui agrada molt la màquina els contraposa a aquells a qui agrada el pop: «*El pop ya... la gente más normalita, ¿sabes? O que se va... que ponen música salsa, música pop y música un poco de rock, todo... lo mezclan, ¿sabes? en los 'privés', por ejemplo, te ponen un poco de todo. Y al que le gusta el pop le gustará el rock, y le gustará un poco de rumba, y es la música que te ponen allí en el 'privé' que es la música que suelen bailar. (...) Sí, la gente normalita es eso, pero a un fiestero⁴⁹ no le vayas a poner rock, o el pop ese, porque no...*». Aquesta noia assegura que el fet de ser més *normalet* no ha d'estar necessàriament relacionat amb sortir menys. Un noi amb amics *skins* diu respecte la música pop: «*No sé, hay gente... normalmente sí, a las chavalas les*

⁴⁹ *Fiestero* és el jove a qui agrada molt la *marxa màkina* i la porta fins a les últimes conseqüències. Més endavant s'analitza una mica més detalladament.

gusta lo... suave. No les gusta mucho lo... el alboroto. (...) Son más tímidas».

En aquest espai social de la *marxa* construït però objectiu, es poden produir posicionaments de tot tipus. Hi ha dues noies d'un centre públic d'ESO que, per exemple, s'autoqualifiquen de «neutrals». Una noia d'un centre privat, en canvi, se situaria d'una altra manera. Diu que, entre els més normalets que no surten i els més extremats, ella se situaria entremig: «És que no m'agrada cridar gaire l'atenció ni ser allà... O sigui, m'intento obrir a les persones, surto perquè m'agrada sortir. És normal... de l'edat, penso, i... no sé, estudio quan s'ha d'estudiar». Ella creu que hi ha molta gent com ella, que potser és la majoria.

Aquesta noia, per exemple, fa una gradació. Per un costat situa els que no surten (que hem analitzat en l'apartat anterior), que escolten música més pacífica, i per l'altre a la resta: «No sé, a mi m'agrada la música màquina, per exemple, i no sé, als més així [*als que surten més de la seva classe*] els tira molt el rock, el heavy... bueno».

Aquesta percepció de la *normalitat*, que sovint no és sinó una inscripció dels límits amb el conseqüent oblit dels límits, tal com diu Bourdieu, comporta que quan es viatja d'una normalitat a una altra es pateixi un xoc *cultural*. Un noi que ja hem utilitzat com a il·lustració en altres parts d'aquest treball, que ha passat d'un ambient *màkina* bastant radical, en un centre públic i majoritàriament castellà, a un ambient més *tirat* i *màquina pija*, en un centre privat i majoritàriament català, ha actualitzat en poc temps la diferència entre dues *normalitats* diferents: «Yo he notado un cambio fortísimo, aquí hay gente rara, en la calle no te encuentras muchos de esta gente. Esta gente son catalanes todos, los únicos castellanos que hay en clase (...) nos cuesta más entrar en los círculos... tienen una ideología muy diferente a la nuestra, son muy independentistas, son muy catalanistas y a mí personalmente no me gusta... no me siento bien». També explica una cosa que li va passar: «Por ejemplo, una chavala que era independentista y yo iba normal, llevaba una camisa de España y me empezó a decir cosas, que si puta España y cosas así (...). Ellos vienen con sus banderas y sus pins de Catalunya y nadie les dice nada». La normalitat que l'envolta, per tant, ha canviat, i el seu viatge d'una escola a una altra té molts punts en comú amb el viatge que es pot fer a un país amb una cultura diferent. Ell defensa que el seu ambient és *normal*: «Aunque yo voy con gente normal, también hay algunos que son un poco chungos. Es que los skines son gente normal, se meten con estos de aquí, pero es que los de aquí también provocan, con sus banderitas y todo el rollo». Aquest noi creu que són els

catalanistes els qui van tot el dia *donant la nota*, i que els *skins* no busquen tanta guerra com es pensa.

Un cop hem explicitat aquesta diferenciació entre l'adscripció manifesta a una estètica determinada i l'actitud més *normaleta* —tal i com ho expressen els propis joves—, cal també deixar clar que és una distinció que, si bé de cap de les maneres és assimilable a la d'*enrotllat/no-enrotllat* (que a la primera part del treball ja hem vist que també és difícil de descriure i sistematitzar), sí que pot tenir alguns punts de contacte. Els «*enrotllats*» acostumen a ser gent activa, amb un capital social que li permet tenir el poder de definir allò que agrada i allò que no agrada (i segons com, també podria ser que la seva capacitat per definir allò que agrada i allò que no fos vista com un capital social que convergeix en *enrotllat*, per molt que els joves neguin aquesta possibilitat). Si això fos així, els «*enrotllats*» tendirien a ser més *radicals* en els seus posicionaments. Aquesta seria una suposició interessant d'investigar, encara que aparentment sembla incorrecta, ja que alguns dels anomenats *enrotllats* ho són precisament pel seu caràcter integrador, gens radical i obert a qualsevol tipus de persona. Tant si es confirmés com si el rebutgés, un esforç per sistematitzar i operacionalitzar nocions tan vagues com *normalet* i *enrotllat* potser podrien obrir vies per comprendre i explicar moltes situacions socials que tenen a veure amb els joves.

Ara passarem a analitzar les parelles d'adjectius que, en aquest cas amb molt més esforç, s'han obtingut a les entrevistes. Aquestes parelles d'adjectius no fan referència exclusiva a la *marxa*, sinó que també són útils en qualsevol altre camp de joc. Són adjectius que serveixen per identificar i qualificar les persones (ja que tenen una forta càrrega valorativa), i per tant per «situar-la». Són adjectius relacionats amb l'estructura social, importants per distingir, dintre de la *marxa* mateixa, diferents tipus de persona (persones que poden compartir un mateix tipus de *marxa* i a la vegada percebre's com a molt diferents). Com altres nocions com les d'«*enrotllat*» o «*normalet*», tenen significats variables degut a l'absència de sistematització. Formen part del que Bourdieu anomena *coneixement pràctic*, aquest coneixement que té la virtut de delimitar els límits a la vegada que provoca l'oblit d'aquests límits. Començarem per una parella d'adjectius despectius en la qual, per tant, ningú voldrà veure's-hi reflectit. No està clar que els dos adjectius hagin d'anar lligats, però aquest és el nostre exercici.

Catalufos i quillos

Alguns dels entrevistats coincideixen a establir una divisió que separa els joves de la *marxa màkina* dels altres (els de la *màquina pija* i els *tirats*). Alguns dels joves, des de diferents posicions en l'espai social, diuen que si bé els *tirats* i els *pijos* (i entre ells els de la *marxa màquina pija*) no són el mateix, ni molt menys, en realitat es tracta d'un *tipus de gent molt similar* en contraposició als joves de la *màkina*, que sí són molt diferents. Des de la *màkina* es veu als altres com a *catalufos* (catalans que n'estan molt orgullosos i que menyspreen tot allò castellà) i des dels d'una part important de les marxas *tirada* i *màquina pija* (almenys des d'una part important d'elles, especialment de la *màquina pija*) es percep als altres com a *quillos* (castellans a qui agrada la rumba i el flamenco-rock, i una mica «perillosos»). Per alguns la distinció és molt marcada, com per un noi amb amics *màkina* que va a una escola més *catalufa* (que qualifica de *pijos*): «Hay gente en mi clase que le gusta el heavy, que van con pantalones así cortados con hilachos y camisetas de 'Metallica' y eso yo, en cierta manera, no lo considero pijo, lo considero 'catalufo', pero lo veo dentro del mismo grupo, ¿entiendes? Son dos partes distintas pero dentro de la misma clase». Més endavant, explica, respecte els *pijos* que no ho semblen, que «parecer, a lo mejor intentan no parecerlo, pero solo el hecho de hablar catalán también...». «Es que yo lo distingo todo por el catalán. Los que hablan el catalán siempre suelen ser... hay gente que no, pero la gran mayoría es pija». Una noia *tirada*, catalano-parlant, d'un centre públic d'ESO, assegura que, pel que fa als *pijos*, els locals de *marxa màkina* no són el seu ambient, que el seu ambient és el que hem descrit com a *màquina pija*, però que tot i així també els pots trobar en la *marxa tirada*: perquè «són diferents però no tant».

En realitat les parelles respectives d'aquests adjectius potser serien *xarnego* per al *catalufo* i *pijo* per al *quillo*, però com que a part dels adjectius també estem fent referència als col·lectius (*marxa màkina* davant *marxa màquina pija* i *tirada*), i degut a la polisèmia de la paraula *pijo* i la poca utilització de *xarnego*, hem optat per ajuntar una mica *contra-natura* els adjectius *catalufo* i *quillo*.

Un catalano-parlant d'un centre públic de BUP a qui a la classe diuen *catalufo* defineix així l'adjectiu: «No, parlar català no, sinó que t'agradin les coses catalanes. La música, que t'agradi sentir-te català, que tu t'ho consideris». Hi ha una noia d'un centre públic d'ESO no parla de *catalufos* sinó de *catalans-fotuts*, que als *skins* castellans que coneix ja menyspreen només pel fet de ser catalans (amb la

qual cosa ella diu no estar d'acord). Així, per tant, sovint només per parlar català es pot rebre l'etiqueta de *catalufo*, però normalment va lligada a una actitud catalanista. Un entrevistat nega que *catalufo* sigui el mateix que català: «No, no, no. A algunos si, a algunos si... cuando se han metido⁵⁰ y para volverse».

És una cosa semblant a la que passa amb els *skins*, que tot i ser un grup a part, estan situats dintre de la *marxa màkina*, de la qual a la vegada n'esdevenen, una mica, símbol identificatiu. Aquell noi que en anar a una escola *catalufa* ha après què vol dir *xarnego*, corroboraria aquesta comparació: «El skin lo veo en el mismo bando de los nopijos, de los xarnegos». Aquest noi fins a tal punt es basa en la importància del català que lliga l'actitud davant la màquina al grau de catalanisme: «Aquí depende, hay gente que siente más lo de independencia para Catalunya, se siente más pijo que nadie y la odia [la màquina], y hay otros que les da igual, que para bailar un rato está bien». Aquest entrevistat ho percep d'una forma molt radical, ja que tot i assegurar que per ell no és una qüestió important, afirma que no aniria a la discoteca de *màquina pija* perquè allí tothom parla català i si el sentissin parlar castellà el pegarien. Tot i que no fins aquest extrem, sí que hi ha altres entrevistats que ofereixen punts de vista en la mateixa direcció.

El català, i sobretot el catalanisme, per tant, són elements bastant determinants. Un altre noi, catalano-parlant que fa BUP en un centre públic, explica així la situació al seu Institut: «Allà gairabé tots són castellans, i els catalans som pocs i ens miren com una cosa rara. Les classes les donen en català, però fora d'elles t'obliguen casi a parlar en castellà i... si no et miren i et diuen *catalufo* i coses així». La situació inversa es dona quan en centres privats per parlar castellà alguns alumnes són titllats de *xarnegos*.

És, per tant, una categoria important en la construcció de l'espai social, encara que tampoc s'ha d'exagerar, ja que sovint se li dona molta menys importància que a d'altres. «Sí, nosotros les llamamos catalufos, pero no hay problemas entre nosotros, son gente normal pero que habla catalán». Una noia d'un centre públic d'ESO també opina el mateix: «la mitad hablamos castellano y la otra mitad hablan catalán, (...) pero no existe conflicto alguno, la lengua no es importante a la hora de hacer grupos». No obstant això, és una categoria que sempre hi és present i que en alguns casos sí que va lligada a una separació radical, com en el cas d'un noi que va a un centre escolar bastant *màkina*: «Si, bueno, en mi clase hay algunos

⁵⁰ Cuando se han metido: quan han increpat (segurament sobre el tema de Catalunya i Espanya).

catalanes, pero no hablamos con ellos». En aquest centre, segons explica una noia, els catalans acostumen a ser *heavies*.

La *marxa màquina pija* és indubtablement catalana, i la *màkina* també és, a la vegada, predominantment castellana, però... i la *tirada*? Havíem vist que els casos presents a l'enquesta, tot i tenir la mateixa presència a les tres classes socials, eren més catalans i més favorables a la protecció del català que la resta dels enquestats. Així que l'associació entre *catalufos* i *tirats* deu tenir alguna cosa de veritat. Una noia d'origen obrer i de *marxa tirada* diu que potser «*los catalanes son más... más hippies... que los castellanos. Que también hay castellanos que son hippies... ¿no? Que van... pero quizás los catalanes más*». Un noi d'aquell centre més *màkina* assegura que «*casi todos que hablan catalán son casi siempre o heavies o hippies*».

La contrapartida a l'adjectiu despectiu *catalufo* —encara que ja hem dit que segurament el més adequat seria *xarnego*— parlarem de *quillo* (i altres de similars com *garrulo*, *lolailo*, etc.). La paraula «*quillo*» pot fer referència, segons el context i el subjecte que l'utilitzi, a un gitano, amant de les rumbes i que vesteix amb roba adequada a aquestes característiques; a un individu a qui agrada la rumba, les sevillanes i aquests tipus de música; a algú castellà d'un ambient més agressiu i dur, proper a la il·legalitat; etc. Quan se li pregunta per aquest adjectiu a una noia obrera que estudia en un centre públic de FP, respon així: «*Hombre... hay... yo que sé... igual que nosotros... bueno nosotros [primer s'hi inclou, però rectifica]... o igual que los quillos... llaman a los pijos "Vaya pijos, vaya niño de papá o vaya no sé qué", pues supongo que los pijos para defenderse dirán a los otros vaya quillacos, o vaya no sé qué*». Quan se li pregunta si ella seria, pels *pijos*, una *quillaca*, aquestes són les seves paraules: «*No, porque yo no me considero. Hombre, quillaco llamaría a un gitano d'estos con greñas y con pendientes y que tiene pinta de... de quillo... yo que sé... de gitano... pero no por ejemplo porque sea una persona normal ya tiene que decirle "Vaya quillaco"*». És a dir, que és conscient que persones que ella considera «normals» (ella inclosa) són considerades o titllades de *quilles*, però a la vegada es rebel·la contra aquesta atribució. Aquesta noia, més endavant, en la mateixa entrevista, parla així dels llocs de salsa: «*En sitios de salsa también [abans ha dit el mateix de llocs de rumba, sevillanes i «cosas de esas»], no sé, me hace gracia, porque si vas a sitios de rumba siempre te caracterizan de lolailo, de calorro, de gitano... pues no*». Un noi de FP, d'ambient més castellà, també delimita el significat de *lolailo* a un tipus de gent molt

determinat: «No sé, yo conozco gente a la que le gusta vestir, no sé... mi primo... empiezan con rumba y les gustan las rumbas y la ropa también, y pantalones de esos raros de licra que se ponen... cada uno viste como quiera. Por ejemplo, los gitanos tienen una ropa que... a lo mejor van bien vestíos, mal vestíos, pero es su forma de ser... por eso no hay que criticarlos». Una altra noia, també d'ambient castellà i màkina delimita la noció, en aquest cas de quillo, a un tipus de gent molt concret: «no, quilla no. Quilla sería gitana. (...) Y lolaila sería que me gustaran las rumbas... que fuera paia pero mezclada con gitanos».

Si parlem amb altres joves, en canvi (els que serien més catalufos i potser també més pijets), tot canvia. Una noia d'un centre privat de BUP, que va vestida bastant *normaleta*, ni arreglada ni molt tirada, considera, per exemple, que les sales de màquines són un tipus de lloc que «està ple de quillos. No és veritat? Si, home, hi ha de tot tipu, però predominantment, tu vas allà i vas com molt ben vestit, representa, no? No sé, és el lloc on hi ha baralles i gent així». Diu que la rumba, la salsa, el flamenc, les sevillanes «és de la gent que... com els quillos, per exemple, no sé, que per exemple, que surt una dona que surt a cantant, el Camela, el Chalay, i grups així, i jo no tinc res en contra, encara que a mi no és que m'agradi molt, i ho canten. Són els típics». Una noia *tirada* que va en un centre públic d'ESO fa una associació més general quan se li pregunta per la imatge que té d'un centre de FP de Terrassa: «és gent de barris suburbials i que no saben ben bé que volen fer després d'EGB, més castellans, més quillos, la gent aquesta que va a [la *marxa màkina*] i que tenen idees molt conservadores... que no entenen que Catalunya vulgui ser diferent o independent».

Hi ha un noi, molt màkina, a qui no molesta establir una relació entre màkina i lolailo: «A mi me gusta máquina... máquina, máquina y también de vez en cuando escucho rumba, yo. Máquina y rumba. Mira, casi todos los fiesteros y rapaos han sido lolailos. O sea, les ha gustao muchísimo la rumba y al final se han acoplado a esto de la máquina, casi siempre».

Una noia d'un centre privat de BUP (que considera de pijos), que sobretot va a la *marxa màkina*, parla així d'aquesta *marxa* i de la *màquina pija*: «[La *marxa màkina*] està qualificada com dels pelats, dels quillos... de la gent lolailo, així... (...) [i la *màquina pija*] com dels pijos... de la gent amb peles». Aquesta noia, que ja hem citat més amunt, quan parlàvem de la *marxa màkina*, diu que «els quillos, acostumen a vestir més... o sigui... amb els típics... no sé... roba molt... o sigui... tops allà... a les ties que se li veu tot... no sé si abans anàveu així... bueno, no ho sé... (...)». I

els tios van així, el típic cap rapat, que és horrorós, que a mí no m'agrada. Els típics pantalons ajustats, una cadena per aquí la cintura, la *Bomber*, i les bames. I les ties no sé, com menys roba porti millor, vull dir que va casi amb boles, parlant clar. Aquesta seria la gent quilla de la discoteca, de [la marca *màkina*]. Ah! I les ties també porten unes botes per aquí, pels jonolls, totes iguals...». Però quan se li diu que els *quillos* porten marques com els *pijos*, respon així: «No, és que lo principal no és la marca... és que els *quillos*... és que no sé com dir-ho... no sé... són els... sembla que es vegi millor una persona pija que quilla... és que els *quillos* es veuen com... no sé com dir-ho... com una persona amb baixa... baixa cultura... és que no sé com es diu... i els *pijos* no sé... amb peles... I em sembla que els *quillos* es volen assemblar als altres i porten aquestes marques». Aquí aquesta noia ha explicitat, amb molt d'esforç, quina és la base d'aquest adjectiu: un *quillo*, igual que un *garrulo* o un *lolailo* és, per als *catalufos*, algú «de baixa cultura», algú «que es veu pitjor». En altres paraules: *algú que està a baix* (de l'espai social). Tot aquell que mostri gust per la música *lolaila* (rumba, sevillanes, *flamenco-rock*, etc.), per tant, serà considerat com de classe social baixa, sobretot si la resta de signes associats redunden en el mateix sentit que aquest (si qui mostra gust per la rumba és un advocat que parla un català pulcre i porta un vestit i un pentinat impecables, el gust per la música rumba fins i tot es pot veure com un detall d'eclecticisme culte: com en l'exemple del country que hem vist a la segona part, la distinció pot venir no pel fet de rebutjar un gust musical, sinó per la forma d'apreciar-lo).

Aquesta noia també assegura que els *quillos* sempre estan en follons. Una altra noia d'un centre privat de BUP que va a tot tipus de locals, descriu així un local de *marxa màkina*: «És més aviat xarnego. He anat una vegada i hi ha una gent amb unes pintes que fan por». Diu que més que *skin* «més aviat, no sé... fent palmes i coses d'aquestes... cares de gitano... també *skins*, sobretot de nit... hi ha molts merdés i pastilles». Un noi molt *normal* d'ambient *màkina*, és molt conscient d'aquest rebuig: «en una discoteca [referint-se a *màkina*] no va a entrar un *Catalufo* ni nada. Se meten en [locals tirats], sitios así, que ponen música para ellos». És una il·lustració clara de com el coneixement pràctic fixa els límits i ordena l'espai social. No és una característica que es coneix, sinó que són un munt de detalls redundants que reconeixen *pràcticament* aquells que estan en un lloc i aquells que estan en un altre, no d'una forma necessàriament sistematitzada (per això a la noia del paràgraf anterior li costava tant explicitar aquests detalls), sinó pràctica, *natural*.

Si tornem al noi del començament, el que ho separa tot entre *catalufos-pijos*, d'una banda, i *castellans-skins*, d'una altra, veurem una definició feta des de la *marxa màkina*, des d'aquest ambient que hem vist que alguns joves qualifiquen de «quillo»: *«La persona normal sería eso, que viste sencillo, que habla el idioma de la calle, digamos, que no es refinado ni pronuncia los participios, ni las eses, ni nada de eso. Que... no sé... se desentiende un poco de todo, que no está tanto por política, como los skins, que se desentiende un poco de todo»*. On uns veuen normalitat, altres hi veuen perill i defectes. Segons la localització social, les creences són molt diferents. Això sí, entre els *catalufos* i els *quillos* més radicals, hi ha un gran sector intermedi que oscil·la a un i altre costat.

PIJOS I NO-PIJOS

Sobreposada a aquesta distinció entre *catalufos* i *quillos* n'hi ha una altra, la que diferencia entre *pijos* i *no pijos*. De fet ja hem advertit que l'adjectiu oposat a *quillo* podria ser *pijo*, però com que l'ús de l'adjectiu *pijo* està canviant i es troba en una situació molt complicada, hem preferit tractar-lo a part. La seva definició també és, efectivament, complexa, perquè rarament algú s'autoconsidera com a tal. Una persona que és considerada *pija* per companys seus pot considerar que el significat de *pijo* és diferent del que consideren aquells que la titllen de tal. Tothom parla d'ells però ningú es reconeix com a *pijo*. Pel que diuen els joves entrevistats, normalment es relaciona amb el fet de tenir tot el que es vol o de portar molta roba de marca (o totes dues a la vegada, és clar). També es relaciona amb ser «més refinat» i amb el fet de sentir-se i mostrar-se superior: quan se li pregunta a una noia obrera de FP com són els *pijos* que coneix, respon així: *«O sea... fff... hombre, visten bien, quizás se arreglan bastante... pero conozco de todo, gente que se piensa que por estar en un colegio de pago y porque tienen dinero ya es superior... y gente que no, que normal... que tú hablas con ellos y normal, que tampoco se les sube a la cabeza»*. És a dir, que només el fet d'anar a una escola privada cara, independentment de l'actitud, també pot ser considerat com a *pijo*.

El problema és que *pijo*, en les dues principals acepcions que hem identificat entre els entrevistats (vestir de marca i tenir sempre tot el que es vol), adjectiva dues condicions semblants i diferents a la vegada. D'una banda adjectiva el fet de vestir *arreglat* i *de marca*. Una noia d'un centre públic de FP assegura que tota la gent *normal* no segueix cap dels tres tipus de gustos que hem definit, sinó que vesteix estil *pijo*: *«la gente normal suele vestir estilo pijo»*. I d'altra banda

adjectiva tota aquesta gent que té tot el que vol i que se sent superior. A aquests els podíem anomenar *pijos-pijos*, ja que són els autèntics *pijos*. Aquesta acepció, més restringida, és la que utilitza una noia quan diu que «*pijo, pijo... poquitos... que yo haya visto por Terrassa. Te vas a Matadapera y... ¡bueno!*».

Segons el context de la conversa, parlar de més o menys *pijo* pot fer referència a una o altra acepció. És a dir, que hi ha dues realitats a les quals la paraula *pijo* adjectiva: d'una banda els *pijos-pijos*, *fills de papà*, amb aires de superioritat i farcits de marques de cap a peus, i de l'altra tota aquesta gent que vesteix *arregladeta*, amb algunes marques, però que és gent *normal*. La primera acepció fa referència a la *marxa màquina pija*, la segona inclou també la *màquina* (i exclou la *tirada*). Un noi que no es considera *pijo*, percep així aquesta aparent contradicció: «*Luego hay otros que se creen, los xarnegos estos, que son españoles, que dicen que no son pijos, pero luego, inconscientemente se compran la ropa de pijos. Son tontos también*». Una noia que explica amb repulsió que els nois de la *marxa màquina pija* són els que acostumen a vestir amb marques, quan se li comenta que els *quillos* també porten roba de marca respon així: «*Sí, però no sé... és que els quillos volen ser pijos, no sé, hi ha... és molt raro... sí perquè tots porten Levi's, per exemple, sí que és veritat!*». Aquesta imprecisió porta algun dels entrevistats a la pròpia inconsistència, gens estranya donat el caràcter no sistemàtic de gran part d'aquest coneixement (o potser la confusió és només nostra): «*El quillo és el quillo, que van amb els lolailos... i els gitanos també en formen part. Jo, per exemple, com si... els que els agrades la rumba... Potser no té relació però sí... Els pijos la música màquina (sempre hi ha excepcions...)*». I quan se li comenta si la *màquina* no agrada als *quillos*, també, contesta així: «*Bueno, sí, però no sé, la música màquina representa que és per... bueno sí, també... pels quillos, però representa que és per pijos, no sé, és així... Màquina pels pijos. I després la música heavy pels altres... Pels heavies*».

El nostre tipus *màquina pija*, en limitar-se a un sol local, és òbviament parcial. Per això considerem aquesta màquina un subtipus de la *marxa pija* que caldria definir. Però, com són els *pijos*? Una noia d'un centre públic de FP assegura que els *pijos* són els que van a la *marxa màquina pija*: «*no sé, son los típicos que visten bien... que van trajeados... que... les gusta la música no sé... máquina pero no muy a saco... música discoteca... música disco y... no sé...*». Una altra noia, aquesta d'un centre públic d'ESO, descriu així el local de *màquina pija* que defineix el nostre tipus: «*crec que l'ambient maquinero de Sabadell no és tan extrem com a*

Terrassa, [el local *màkina* de Sabadell] es sembla molt a les discoteques d'aquí, però el [local *màquina pija*] és molt més suau, com més per pijets, maquineros però menys...». Per això quan hem analitzat els nou casos que només van a aquest tipus de locals hem vist que tot i anar a una discoteca *màquina* són molt diferents, pel que fa al gust en la música, el vestir i les drogues, a la *marxa màkina*. Quan se li pregunta si diria que és per *pijos* catalans, respon així: «Doncs sí, jo diria que sí».

Una noia de FP creu que ser *pijo* és molt més que tenir més diners: «*hombre, supongo que... será porque... más dinero también... tendrán pero... más por la forma de vestir y... la manera de hablar, que son más [burleta] "refinados" y se creen que son superiores... y ya está*». L'antinòmia entre «refinat» i «groller», a la qual fa referència Bourdieu, apareix perfectament reflectida en aquest tipus. «*Los pijos y los... los no pijos, que están dentro de la gente normal. Son los que visten de etiqueta roja cara, hablan así muy fino (...). Bueno no se, yo no me considero un pijo. Yo siempre me identifico con la forma de hablar, que nunca redondeo, digo las cosas sin pronunciar eses, ni participios ni nada, y vestir sencillo, ropa de mercadillo y cosas así. Y ya está*». Diu que «*en la parte del centro, que es de boutique y todo esto, todos son pijos*».

Una altra noia d'ESO, *tirada*, definiria un *pijo* com «un nen de papà, un d'aquests als que els pares li compren tot el que demana, tot solucionat... amb roba de marca, arregladet... però que és un nen semblant a nosaltres, van de rebels però no... uns malparits». Més que portar marca, però —ja que ara en porta moltíssima gent—, és la manera de portar-la. Aquesta noia, per exemple, ho descriu així: «parlen molt de la seva roba, els demés portem roba, ells parlen de roba». Un noi de FP i d'ambient *skin* fa la següent descripció: «*Pijo... eso que llaman pijo es que llevan un pantalón pa cada día... se cambian cada día dos o tres veces de pantalón... Se cambian de casa, a lo mejor de moto, con una 'Variant' ya no se conforman... necesitan cambiar aunque solo sea por un año pero que se tienen que gastar medio millón en una moto... cosas de esa*». Creu que els que han sigut rics sempre «*Son muy creídos. estan na'más que discriminando a la gente (...). Empiezan de pequeños y no les falta de na', y se lo tienen to' muy consentío... y luego se van metiendo con todo dios: "Que si eres pobre", "que si no se qué"...*». També es diu que els *pijos* són molt tancats: «*l el caràcter també, són molt tancats (...). No sé, són molt, els has de caure bé... Jo pels que conec, ¿eh? I en conec bastants! No sé, són,... pel caràcter sobretot, són molt seus. Segons el tipus de gent... i segons com no et deixen entrar al seu grup, si et vols intentar ficar...*». Una altra noia també opina

així: «Els *pijos* són més reservats. Els altres són més oberts, i es posen amb tothom».

El problema apareix quan alguns entrevistats comencen a parlar de *pijos* en referència a la gent que, en oposició als *tirats*, vesteix arreglada i més o menys de marca. Una noia de FP que combina la *marxa tirada* (que li agrada més) i la *màkina*, assegura que a una discoteca *màkina* hi ha molt *skin* i molt *pijo*. Diu que els *pijos* van a les mateixes discoteques que els *skins*. Això ho pot dir perquè efectivament és així o perquè l'accepció de *pijo* que utilitza és la que fa referència a la forma de vestir *arreglat*. És *pijo* el que vesteix bé, de marca i va arregladet? O és *pijo* el que a més d'això té aires de superioritat i molts més diners? Depèn amb qui parlem i en quin moment parlem. Una noia d'un centre privat de BUP, per exemple, veu com a *pijos* tota la gent que va a discoteques (que és a on ella més li agrada anar), mentre que entre la gent *tirada* i els seus companys d'escola (que altres companys seus han definit com a *pijos*), no n'hi ha, ja que són «gent progre».

Més amunt, quan hem analitzat les figures en relació a la droga n'hem descrit una (la del *sibarita*) que consistia en el consum de whisky. Aleshores ja hem citat un noi —que surt de *marxa* per tots els ambients— que assegurava que els *pijos*, «El Jack Daniel's és el que acostumen a veure més. Perquè cervesa... home, pocs cop he vist... depèn qui... amb una cervesa. Pocs cops. I bevent calimotxo...ui! Te'ls trobes i l'estàs prenent i et diuen: "Què fas foten-te això, prenent aquesta merda?" I ells amb el seu Jack Daniel's. I tu penses: "Bueno! Tu tens cinc-centes peles per fotre't això, jo no les tinc"». Diu que els *pijos* «són gent normal, el que passa és que... res, que tenen més pasta que els demés i... i t'ho van tirant a la cara sempre que poden».

Un noi catalano-parlant que va a un centre públic assegura que als catalans com ell els diuen *pijos*, però adverteix que català no s'associa necessàriament amb *pijo*, «perquè allà els més *pijos* són castellans. I els catalans van així més normals. Amb la samarreta que els hi surti. Texans... No van gaire...».

VIOLÈNCIA FÍSICA I SIMBÒLICA

Entre aquestes categoritzacions ordenadores de la realitat social n'hi ha una que no es pot passar per alt, i és la que distingeix allò *viril* d'allò *refinat* i *marieta*. Entre els entrevistats aquesta diferència és bastant evident. Hi ha un gust més distanciat, menys físicament agressiu, més vehiculat a través de la paraula i la comunicació simbòlica, i un altre més de contacte, més «barroer», més basat en la

confrontació física, de força. Un noi esmentat més amunt, que després de fer EGB en una escola pública d'un barri predominantment obrer i immigrant ara està en una escola privada, explica aquesta diferència: «*Es otra diferencia entre los pijos y los no pijos. Los pijos están más acostumbrados a... yo creo que son más listos, los pijos son más listos, prefieren no hacerse daño, no mancharse las manos, y... no sé, te hacen daño de otra manera, a lo mejor hablando mal de ti, marginándote, no se... nosotros, en cambio, no, nosotros te pegan y así quedan ellos como reyes, como los más fuertes. Esto otro en el colegio público lo veías mucho*».

Aquest caràcter més agressiu de l'ambient més obrer també el veiem reflectit en el fet que és a la *marxa màkina* on les baralles són més habituals, la qual cosa fa que els *pijos* i *tirats* la percebin com a «perillosa». La categoria de *quillo*, de fet, fa referència a aquest element de perillositat, d'agressivitat. El noi que havíem vist abans que vesteix *skin*, encara que no s'hi considera, assegura que no li agrada fotre's en baralles, però durant la conversa denota un coneixement pràctic habituat a aquest tipus de relacions més físiques: «*Hombre... no nos gusta, ¿no? meternos en bullas, pero si nos bu'can... pues quien bu'ca encuentra. No porque vayan más de chulos vas a dejar que te peguen. Tu no vas a ser menos que ellos, si le puedes pegar le pegas y si te pegan te tienes que aguantar*». I quan se li insinua que sí que li deu agradar una mica, respon així: «*No sé, yo tampoco... no sé, a lo mejor... si le has pegado tú, te gusta, porque... ellos quedan como unos mierdas, y si lo has buscado tú y les pegas pues también, pero... normalmente no las buscamos*». Aquí ha aflorat l'element clau de la diferència entre dues maneres de fer, al que també feia referència el noi d'abans: «*(...) ellos quedan como unos mierdas*». Aquest sentit de l'honor i la virilitat, tant oposat al distanciament burgès (que es basa, a diferència d'aquest, en la raó i la paraula) i que tothom té però que en els ambients més agressius és comparativament molt més important.

Són bastants els entrevistats que han identificat les discoteques *màkina* com a llocs on les baralles són habituals. Alguns diuen que per això no hi anirien mai (sobretot de centres privats), però molts altres no li donen la més mínima importància, com un noi d'ambient *màkina* que assegura que si bé és cert que hi ha moltes baralles, «*tienes que ir con cuidado para no tropezar con ellos y ya está*».

Això fa que aquest ambient *màkina* es percebi, des d'ambients més benestants i *refinats*, com a molt diferent, com a *quillo*, com a un món a part on més val no deixar-se caure. Una noia a qui agrada la música màquina però no els *quillos*, diu això d'uns quants locals *màkina*: «*És que aquests llocs així són per gitanos... no*

sé... és que sempre estan amb baralles... tu sempre vas a aquests llocs passes per la porta i sempre s'estan barallant».

I la contrapartida a aquesta violència física? El primer noi que hem vist, a la pàgina anterior, qui coneixia els dos ambients, assegurava que els *pijos* són més llestos, perquè fan mal d'una manera més subtil, a través de la marginació, de comentaris fets a les esquenes, etc. Aquesta és una violència simbòlica, més subtil però igual de dura. Una noia d'un altre centre privat de BUP que assegura que està en una escola de *pijos* (i ella no se'n considera), explica què és el que no li agrada d'això: «No sé, és que... potser aquí la gent... no sé, hi ha masses... no sé, *pijos* com si diguéssim... no? No sé si és la paraula de l'escola... no sé... aquí la gent... no et trobaràs molta gent així que t'ajudi, no? No sé, jo conec molta gent de fora, i no cal que vagis a un col·legi privat, no? Pot ser públic, i no sé... trobo que són gent que no sé, que t'ajuda... aquí la gent va molt més al seu rotllo. (...) Jo estic bé, però aquí es deixa molta gent com marginada (...). No sé, potser és una tonteria, però perquè ets lleig, per exemple... és una tonteria, però sembla... que no sé, que no vulguin com anar amb tú... (...) o potser pels teus temes de conversació, si et veuen amb aquella persona et diuen: "Ai, tú vas amb aquest, ara?"».

Uns es mostren superiors, els altres ho han de demostrar. Aquests segons fan més mal físic, i en el cara a cara sempre tenen les de guanyar, però els primers, els que senzillament es mostren superiors tenen un poder molt gran, i és el de *saber-se* superiors, la qual cosa fa que no hagin de demostrar res físicament i que fagin mal simbòlicament. Un noi explica que a diferència dels *skins*, que peguen als catalans pel simple fet de ser-ho, els catalans no peguen a ningú. Malgrat això, té una sensació d'agressivitat considerable: «No, bueno, los catalanes no pegan pero sí se las dan... de mucho, ¿sabes? Bueno, los que yo cono'co. Son... que... lo suyo es Cataluña, Cataluña, y de ahí no salen».

Són dues cultures. Una viu en una atmòsfera de distanciament respecte del cos, on les coses es discuteixen i es lluita verbalment i simbòlica. Això vol dir que viu allunyada de la violència física (distanciament burgès). L'altra cultura, en canvi, viu pròxima al cos, està molt més fonamentada en el contacte físic, en la supremacia física, i té experiència en conflictes cos a cos. A tres escoles, les tres corresponents a entorns més obrers i castellans, els joves ens han explicat problemes que tenen a la sortida de classe amb grups de nois d'altres llocs que venen per barallar-se.

El noi d'amics *skins* ens il·lustra a quina percepció porta aquesta diferència, i de la gent que parla català, diu que «Ffff, algunos sí, se ven muy... muy finolis. Pero, fff, a mi me da igual, cada uno habla... como le han enseñao». Una noia d'un centre privat de BUP, per la seva banda, ens il·lustra la percepció en direcció inversa quan assegura que els *skins* i el tipus de gent semblant són molt diferents «a nosaltres». Afirmar que és la manera de vestir, de ser, i que allí són més bèsties, que surten més, diuen més paraulotes, etc.: «són més oberts... tothom es posen amb tothom, també. Quan veuen gent se'n riuen».

Queda així apuntada aquesta diferent disposició d'uns i altres. Caldria veure fins a quin punt aquestes opinions dels entrevistats són així, però en tot cas sembla que alguna veritat deuen portar al darrere. El que sí queda vist és aquest conjunt de antinòmies que tothom coneix però ningú reconeix conèixer i que tan importants són en la cognició de l'espai social, ja que ajuden a saber on és cadascú: algú *catalufo*, *pijet* i refinat ha de ser, «sens dubte», algú amb una posició social elevada, i algú *quillo*, *lolailo* i *buscaraons* ha de ser, «sens dubte», algú de classe social baixa. Aquestes antinòmies, per tant, travessen també l'espai social juvenil i *posen a cadascú al seu lloc*.

11. Sub-tipus de marxés

Un cop ja hem analitzat tant els tres grans tipus de *marxa* com algunes de les oposicions més significatives que hem pogut copsar a les entrevistes, en aquest capítol descriurem tota una sèrie de subtipus dels quals hem obtingut alguna informació, tant a partir de les entrevistes com de les enquestes i l'anàlisi factorial. Alguns d'ells són subtipus existents dintre dels tres grans tipus ja descrits. Altres són subtipus que no tenen res a veure, però que fan referència a tipus de *marxa* perfectament combinables amb els tres principals.

SKINS

Els *skins*, els temuts *skinheads*, aquests joves amb el cabell rapat i vestimenta paramilitar, dels quals tan s'ha parlat als mitjans de comunicació, són un subtipus que, malgrat veure's molt pel carrer és, en realitat, força poc nombrós. Aquesta afirmació, que sembla contradictòria, és producte d'una distinció clau: hi ha *skins-skins* i hi ha *skins de mentida*. D'una banda hi ha els *skins* que conformen el que

normalment s'anomena *tribu urbana*: són joves que es s'aferren a un model estètic que fixa no només la roba i al música, sinó també la forma d'actuació. En el cas dels *skinheads* és l'agressivitat i el feixisme (malgrat que hi hagi *skins* que s'anomenin d'esquerres —*redskins*—, o anti-racistes —S.H.A.R.P.—, o que es fonamentin bàsicament en el suport a un equip de futbol —*skins* dintre dels *Boixos Nois del Barça*—, la gran majoria són feixistes, i de la resta no ens n'ocuparem).

Es mouen, com ja hem apuntat, en l'ambient de la *marxa màkina*. El seu gust segueix la pauta d'aquest tipus de *marxa*, que hem descrit a la primera part. No oblidem, malgrat tot, que a la meitat dels joves que conformen el tipus de *marxa màkina* els disgustaria que una amiga es fes *skinhead*, la qual cosa implica que si bé en aquesta *marxa* s'accepten molt més als *rapats* que en els altres tipus (on la xifra puja al 90%), l'aversion és igualment alta. Això vol dir que si bé els *skins* són un grup especialment odiat, sens dubte com a conseqüència de la seva extrema agressivitat i potser també per les seves idees feixistes i racistes, entre l'ambient *màkina* és on reben les úniques adhesions. Per això molts entrevistats identifiquen aquest tipus de *marxa* amb la figura de l'*skin*, que també s'associa als barris perifèrics de Terrassa (tots menys el centre) i als centres d'ensenyament més *mogudets* (amb gent més *passota* i indisciplinada). Un entrevistat, quan se li pregunta on hi ha *skins* respon així: «El que veig és a llocs així de FP sembla que n'hi hagi més. I a segons quines places, de vegades. Sobretot pels barris així de... lo que no és el centre, vaja.».

El primer que cal fer és aclarir els conceptes, i explicitar la diferenciació entre els que són *skins de veritat* (un entrevistat que en coneix uns quants els defineix així: «*Son gente que va... que son rapaos... y que tienen... ¿Cómo se llama eso?... una religión... que creen en... en Hitler... y les gusta pegar palizas, beben, se meten pastillas, y van a su bola, van en grupo normalmente*») i després hi ha els que els agrada l'estètica *skin* però que no comparteixen l'actitud violenta ni les idees feixistes. I enmig, òbviament, molts altres que estan a mig camí entre un i altre tipus. El primer grup, el dels que són *skins de veritat* o *skins-skins*, conformarien el que habitualment s'anomena la *tribu urbana* dels *skins*. El seu número és reduït, però el seu poder radica en el fet que —gràcies a la fascinació que causen— tenen un gran poder per fixar una posició estètica (i en part també ideològica). Aquesta fascinació que desperten ha fet que en l'ambient *màkina* les caçadores tipus *Bomber* i *Alpha*, amb la resta d'estètica *skin*, s'hagin estès a molts joves qui, tot i no ser ni sentir-se *skins*, agrada la seva imatge, la seva roba i potser part de les seves idees.

Això vol dir que no tot aquell que sembla un *skin* és un *skin*, sinó que molts només juguen *part del paper d'skin*, mantenen un distanciament o, senzillament, només adopten la part més externa i superficial de tot el que implica ser *skin*. Així, quan un noi d'una escola privada de BUP diu que a part del Centre la resta de Terrassa està plena d'*skins*, en realitat està parlant tant dels *skins de veritat* com d'aquests que més que *skins* són gent a qui agrada la seva estètica, encara que, això sí, aquest *skins a mitjes* són, en la seva majoria, d'ambients similars als dels *skins*: més castellans, més obrers i immigrants i, a més, enfrontats estèticament als *tirats*.

Veiem com els joves mateixos perceben aquesta diferenciació entre *skins de veritat* i *skins de mentida*: «Aquests, els pelats, són gent que sí, perquè és la moda, es rapen així però... però van així perquè els demás van, no perquè ells creguin que han d'anar així, el que passa és que estan influenciats»⁵¹. Una noia *tirada* d'un centre públic d'ESO, davant la pregunta de si els *skins* són una moda o una ideologia, diu que «hi ha gent que va vestida per moda, però el de veritat sí té una ideologia: el feixisme. La majoria de la gent [que porta la jaqueta *Alpha*] no sap res d'ideologia, no sap res de política... aquesta gent que de vegades porta símbols o dibuixos concrets, si els preguntes si saben el que porten no ho saben pas». Una altra noia que estudia al centre públic de FP, amb més preferències per la *marxa tirada*, explica que el fet de vestir *skin* no vol dir res: «No son *skins*, son simplemente gente a la que le gusta vestir de esa manera, son gente normal, como tú o yo».

Un noi que vesteix *skin* però que assegura que les idees dels *skins* no li fan cap gràcia, explica la relació entre vestir *skin* i ser *skin*: «Hay gente que sí que son *skin* pero porque saben... Yo conozco gente, que son buena gente, que no pelean... solo si les calientan sí que se pelean. Son buena gente, van a su bola, y si tienen que pelearse se pelean. Esos sí que son pelaos, no como otros. Porque otros dicen tonterías, y a lo mejor les preguntan algo de Hitler o de Franco y no tienen ni idea. Y ellos [els de veritat] ya han leído libros y ya saben de que va el tema. Esos saben lo que llevan puesto». Ell explica així el fet de vestir *skin* sense ser-ho: «Yo la llevo, pero porque me gusta la ropa que llevan.(...) A mi me gusta la ropa que llevan porque quedan bien: la chaqueta, los polos, los pantalones, las zapatillas... pero a mi no... esa religión yo no la encuentro...». Una altra noia que també té amics *skins* insisteix en la mateixa idea: «La gente lleva esta ropa sin saber ni lo que quieren

⁵¹ La resta de joves no utilitzen aquesta terminologia —la resta identifica *pelat* amb *skin*—, però sí corrobora l'existència d'una distinció com aquesta.

ser, sin saber ni de Franco ni nada. Sólo porque ven que la gente lo lleva y ya se creen superiores por llevar esa ropa. Y eso tampoco tiene que ser así, ¿sabes?». El que sembla obvi és que si aquests skins de mentida vesteixen com ells i surten de nit als mateixos llocs, algun tipus d'afinitat deu haver-hi. Aquesta noia ho veu així: «Es que hay gente que piensa como ellos y por eso se viste como ellos, y poco a poco se les va considerando más skin proque va más así, ¿no? Pero luego hay los que se visten y no lo piensan... nada... y esos acabarán mal todos⁵²».

A part de coincidir en l'establiment d'aquesta diferenciació, els entrevistats que menyspreen els skins mostren condescendència respecte d'aquests skins de mentida. Un noi els descriu com «la gente que... no se... se rapa para parecer skin, o se viste para pertenecer a una banda pero no se entera, gente inofensiva, que hace la pena⁵³». Una noia d'un centre públic de FP a qui els skins no agraden ni una mica explica que els que hi ha al seu centre «van de peligrosos, ¿no? Pero no... a lo mejor se ponen a gritarte, amenazarte, pero no te van a hacer nada. Lo sabes». Una companya seva, en canvi, es mostra preocupada: «Es que claro, ahora se mezcla tanto el rapado... es que hay tanto pardillos suelto que va de rapado (...). Es una moda que a mí me inquieta... antes estaban los rappers, los heavies, tuvieron su tiempo pero esto ya se está alargando demasiado. Yo creo que son los rapados los que más consumen pastillas y que son de un nivel económico más alto. Además, para vestirse como ellos hace falta tener pasta (...). Yo creo que la mayoría de rapados que hay ahora son gente que en EGB han estado bastante marginados y que ahora intentan superarlo de esta manera, se sienten mal con ellos mismos y quieren sentirse superiores».

Si ens allunyem dels ambients on es conviu amb skins (diluïts o no), llavors la percepció es fa més estereotipada i poc fonamentada: una noia d'un centre privat de BUP, per exemple, diu que no coneix cap skin però que li han dit que són gent molt follonera. És un exercici interessant imaginar-se els dos mons tant pròxims en l'espai físic —però tant distants en l'espai social— en els quals viuen aquesta noia i una altra d'un centre públic de FP que es manifesta així: «Bueno, hay mucho rapado, pero es que ahora los rapaos están en todos laos».

I com es distribueix la percepció dels skins? L'enquesta ens permet obtenir pistes per respondre aquesta pregunta. Davant la pregunta de si els molestaria que una

⁵² Amb «esos acabarán mal todos» es refereix a que els skins de veritat, quan els enganxin, els estomacarán per no ser skins com cal.

⁵³ «Hacer la pena» (o «el pena») significa fer el ridícul.

amiga es fes *skin*, els percentatges per centres escolars es mouen entre el 48% del centre de FP públic i el 77% d'un dels centres privats de BUP. Segons aquestes dades, sembla que els *skins*, tal i com deia aquell entrevistat al començament d'aquest apartat, són més de FP. Als privats agrada menys que als públics i als centres de BUP menys que als de FP (mentre que els d'ESO semblarien estar entremig).

Per classe social a la classe obrera els molesta bastant menys (52%) que a l'empleada (76%) i la mitjana-alta (68%). Entre nois i noies no hi ha diferències. També molesta més als catalano-parlants (tant a la classe obrera com a l'empleada i la mitjana-alta). Aquells que creuen que el català té massa protecció, en consonància amb totes aquestes dades, són més tolerants amb els *skins* i viceversa.

A la gent a qui no agraden els *skins* també els agrada menys la rumba (encara que no n'hi ha més que diguin que «és una merda»), i a la gent que no els molestaria que una amiga es fes *skin* creu molt més (el doble) que el rock català és una merda (38% per 19% de la resta d'enquestats).

Estètica skin a l'enquesta

A l'enquesta hi ha 15 persones que diuen que els agrada vestir *skin* (probablement siguin més dels *de mentida* que dels *de veritat*, però això és només una suposició). Són 7 nois i 8 noies, la majoria de centres de FP, de classe obrera (11), castellano-parlants (12), contraris a la protecció actual del català (7, que en percentatge és el doble que a la resta de la mostra, però que es combina amb 4 que assegurin que massa poc: són, per tant, menys indiferents).

Pel que fa a la música, el que més els agrada és la música màquina: tant la dura com la comercial agrada a tots ells. Després ve la rumba, que també els agrada molt. En la banda negativa, el rock català és considerat «una merda» per 9 d'ells (i només agrada —una mica— a un). El *heavy* també és considerat «una merda», encara que a 5 els agrada una mica o molt. Pel que fa als locals de *marxa*, només un d'ells diu que li agraden els *tirats*, mentre que a la resta només els agraden els *màkina* i alguns bars musicals. Tres d'ells prenen pastilles (20% davant el 5,5% en la resta d'enquestats), i 7 prenen porros com a mínim algun cop (47% davant el 23% entre la resta de casos). Creuen molt més que els polítics són tots uns corruptes (67% davant el 32% a la resta de la mostra). Respecte l'avortament, a 7 d'ells els molestaria que una amiga avortés (47% davant el 27% de la resta), i que fos homosexual (47% davant el 25% de la resta).

Aquestes dades, com passava amb les de la *marxa màquina pija*, s'han d'agafar amb pinces delicadíssimes, ja que estan extretes a partir de només 15 casos. Tot i així, com passava amb el tipus *màquina pija*, aquests pocs casos ens ajuden a imagar-nos per on poden anar els trets. En aquest cas les dades apunten en el mateix sentit que les entrevistes, amb la qual cosa aquest subtipus queda bàsicament caracteritzat.

FIESTERO

Molt proper als *skins*, i encara dintre de la *marxa màquina*, hi ha un tipus de joves conegut com el *fiestero* que vindria a ser aquell que porta aquest tipus de *marxa* fins a les últimes conseqüències: la música màquina i la *marxa pastillera* adquireixen un sentit molt més central en les seves vides, i l'estètica *skin* n'és un complement. Segons les entrevistes, el tipus *fiestero* sembla ser un subgrup diferenciat dels *skins*, entrelligat a aquests. Segurament els *fiesteros* serien una part dels *skins de mentida*. La noia amb amics *skins* que hem citat més amunt els situa així: «(...) *luego también hay otro tipo de gente que no son... skins... pero que se visten también así y que son fiesteros, yo les llamo fiesteros, que solo van a la discoteca, a drogarse y a escuchar música. Esos son los típicos fiesteros. Que van con el coche a toda máquina, con la música super alta y todo de adhesivos en el coche... de discoteca*». Aquesta impressió la ratifica una altra noia d'un centre de FP privat, que manté que «*entre los skins los hay sólo de apariencia, son los fiesteros, a los que le gusta la música máquina y que no se meten mucho con la gente y después están los que son bestias y se van metiendo con la gente*».

Segons una noia amb amics molt introduïts en la *marxa màquina* més radical, cada cop hi ha més *fiesteros*, cada cop hi ha més gent que es llença al món de les pastilles i la *marxa* radical. Fins i tot, assegura, els *pijos* (encara que caldria veure a quina apleció de *pijo* s'està referint): «*Es que los pijos se están volviendo todos fiesteros. (...) Está todo el mundo cayendo en eso pero una pasada, ¿eh? Yo he ido a la discoteca y he flipado, y me he ido a otra y he visto gente que yo conozco de aquí allí drogaos, yo flipando, ha sido flipante*». Segons ella, un cop s'entra en aquesta dinàmica, és difícil sortir-ne, ja que és un món molt atractiu: «*Yo tengo cantidad de amigos que si no se meten nada no pueden ir a la discoteca. Se aburren. O se pegan. Muchas de las peleas son o porque no tienen droga o porque van super pasados de vueltas... o también puede ser por asuntos de drogas... que si yo te doy, que si tú me has dao...*».

El *fiestero* seria, igual que l'*skin*, el més oposat al que hem definit com a *normalet*. Són gent que adopta l'estètica i que s'hi endinsa fins a les darreres conseqüències, amb tot el que comporta: pastilles, els més radicals fins i tot caps de setmana bojos d'una discoteca a una altra, etc. Aquest és l'extrem més prototípic de la *marxa màkina*, un extrem que, segurament, només correspon a una minoria (segons aquella noia una minoria creixent, però això ja és una altra història). Són gent que viu aquesta *marxa* a un altre nivell: «*Es muy difícil que te guste la música máquina de ahora si no te has drogado nunca. En cambio, cuando te has drogado, la escuchas, se te mete aquí, en el cerebro, y notas los subidones, los bajones de las canciones, todo, ¿sabes? I si no te has drogado, "Pum, pum", es todo el rato lo mismo, todo el mundo me dice esto. Para mi no, yo escucho una canción y sé cuando meten otra, sé que hay tres de golpe, cuando está el subidón... Pero quien no se ha drogado no lo entiende esto, es muy difícil. (...) Antes no lo veía tanto. Es que no te fijas tanto. A mi sólo me gustaban las típicas canciones de discoteca que son las que cantan y... pero ahora todo. Ahora mismo me pones una canción que yo he escuchado en una fiesta y... fff, me pongo super guay, porque es que me acuerdo de todo, me viene a la memoria, y todo el rato la sonrisa no me la puedo quitar. Eso le pasa a mucha gente. Te da el recuerdo, y todo el rato la sonrisa*».

L'estètica d'aquests *fiesteros* és semblant a la dels *skins*, encara que també es correspon a una *marxa* moderna, cridanera, caracteritzada per samarretes arrapades, pantalons cridaners, etc. Una noia que només va a locals *màkina* corrobora aquesta percepció estètica: «*Las que se visten llamativo son las típicas fiesteras. Las fiesteras, que se ponen pantalones estrechos, de campana, tacones, pero no suelen ir muy de faldita y cosas de estas porque si vas a drogarte vas a drogarte, y no vas a ligar*».

MÀKINA A TERRASSA

La *marxa màkina*, que com hem vist és la més multitudinària, no és, com cap altra, uniforme. Hem vist com hi ha *skins*, *fiesteros* i gent més *normaleta*. A part, també hi ha diferents sub-tipus de locals, cadascun amb la seva especificitat. Fins i tot en les anàlisis factorials apareixen factors que identifiquen tendències dintre del que hem anomenat *marxa màkina*. A la classe mitjana-alta i a les dones apareix un factor específic per als locals de *màkina* de Terrassa (és a dir, independentment del local de Sabadell). En el cas de les dones aquest factor té un perfil especialment juvenil (el factor està essencialment definit pel local de *màkina* per a

menors d'edat). A la classe empleada, per la seva banda, apareix un factor específic definit pel local *màkina* per a menors d'edat en combinació amb un bar musical.

A les entrevistes sovint han aparegut distincions entre les diferents discoteques. Uns menyspreaven la discoteca per a menors perquè hi havia fins a nens de 12 i 13 anys. Altres advertien que una de les discoteques de Terrassa és molt radical (la majoria afirmen que està plena de gent —especialment *skins* i *fiesteros*— molt agressiva, alguns diuen que el 90% de la seva clientela pren pastilles, altres fins i tot que si no vas amb compte et posen pastilles a dintre de la beguda, etc.), mentre que una altra, la més gran, és més *normaleta*, equiparable a la de Sabadell (tot i així, aquestes dues són descrites per alguns com a llocs on quasi tothom va drogat i ple d'*skins* i *quillos*).

MARXES ALTERNATIVES

En relació als tipus de *marxa*, fins ara ens hem limitat a descriure, en la mesura que ens ha estat possible, els grans tipus de *marxa* —amb alguns dels seus subtipus, això sí— que hem construït a partir de l'anàlisi factorial de l'enquesta, com a punt de partida, i de les entrevistes i l'anàlisi indicativa de les freqüències comparades de l'enquesta. Aquests «grans tipus de *marxa*» són els tres tipus que sortien a l'anàlisi factorial de tota la mostra conjunta i que, a més, també apareixien a les cinc anàlisis factorials de cada classe social i sexe per separat —encara que en algunes d'aquestes també apareixen factors nous. Els tres grans tipus són, segons el nostre model, els més determinants, però igual que hem deixat clar que la descripció de la *marxa pija* ha quedat especialment coixa, també hi ha marxes alternatives que han quedat fora del model. En aquest apartat farem una ràpida repassada a altres tipus de *marxa* —d'opcions alternatives— que es poden donar per separat o combinar amb aquestes tres de principals. Ho farem molt esquemàticament, i a partir tant dels factors específics per classes socials i sexes com de les entrevistes.

Sense permís per sortir

Hi ha 13 persones enquestades que diuen que no les deixen sortir (3 d'elles, malgrat això, especifiquen els locals als quals els agrada o agradaria anar). És molt possible que siguin bastants més de 13 i que l'enquesta no els hagi recollit correctament. De totes maneres, a les entrevistes s'ha evidenciat que tant la prohibició de sortir com la negociació dels horaris de tornada a casa és una contínua font de preocupació per als joves. En dues anàlisis factorials parcials, la

de la classe obrera i la de les dones, apareix un factor específic en el qual l'element definitori és el fet de no poder anar de *marxa* per prohibició dels pares.

Salsa

També a partir dels factors recollim un element distintiu: anar a discoteques de salsa (*salsoteques*, com diu una entrevistada), la qual cosa fan 19 dels entrevistats. Aquest fet té la suficient entitat autònoma per constituir-se en factor a la classe mitjana-alta i a les dones. En el cas de les dones aquest segon grup va correlacionat negativament amb la discoteca de *màquina pija*, que és la variable més determinant del factor. En el cas de la classe mitjana-alta, en canvi, la variable determinant és el local de salsa, encara que va acompanyat per tres bars musicals.

Una noia d'un centre públic de FP explica que les sales de salsa són llocs amb gent més gran. «*Está bién para ir una vez que tengas ganas de... fiesta. Pero ir cada semana no, porque te puede agobiar*». Una altra noia, en canvi, tot i corroborar que són per gent més gran, descarta que sigui una opció a considerar: «*Però si això és un lloc de salsa! [rient] Això és per gent una mica més gran... nosaltres no*».

Bars musicals

A part d'anar a les discoteques (normalment només s'anomena així a les que són de música màquina) i els locals més o menys grans de *tirats*, els joves també van a bars musicals (diferents dels locals *tirats* als que els joves sovint també anomenen així) i a altres llocs que a l'enquesta no es van preguntar en relació a la *marxa* (sales de màquines, *frankfurts*, *fastfoods*, cine, etc.). Els bars musicals són més tranquils, amb menys gent, normalment més orientats a seure i parlar, i menys «radicals», amb menys individus estèticament radicals. Poden ser un complement dels altres tipus de *marxa* o poden constituir-se per ells sols en un altre tipus independent, el qual entraria dintre del subtipus que hem anomenat *marxa diferent*. Seria el cas, per exemple, de dues noies d'un centre públic d'ESO, a les quals els agrada molt sortir i estar amb els amics, que diuen això: «*No, a nosaltres no ens agrada anar a discoteques, sinó a bars per les tardes*».

A l'anàlisi factorial per dones (en la d'homes no) es forma un factor específic que fa referència a la tendència a anar a alguns locals indefinits (bars musicals i una mica la discoteca salsa) *independentment* dels locals propis dels tres grans tipus. A les entrevistes també hem vist que als centres privats de BUP alguns joves tenen el

costum d'anar, per les tardes en sortir de classe, a un bar concret a parlar i jugar a billar o futbolí. A vegades la *marxa* de cap de setmana també es fa allí mateix.

En una anàlisi específica d'aquests bars musicals a partir de l'enquesta van sortir resultats interessants que mostraven que no anaven estretament lligats a un o altre tipus ideal de *marxa* (*tirada*, *màkina* o *màkina pija*), sinó que eren llocs de barreja. Seria interessant indagar el seu paper precís en la *marxa* (així com la possible existència d'una *marxa* diferent portada a terme *únicament* en aquest tipus de locals). Només a tall d'exemple, farem referència a un bar musical que, segons l'enquesta, sembla reunir una clientela molt heterogènia (dels diferents tipus de *marxa* que hem definit). Així és com el descriu un noi entrevistat: «És barrejat. No és ni màquina ni *heavy*. És un bar musical. El dia que hi vaig 'nar jo era música normal. Ficaven de tot. No sé quin tipus de música és... (...) Intermitja. Tota així, intermitja (...). I la gent, el dia que hi vaig anar jo... gent normal. Així, arreglats i... normal... bar musical (...). Penso que hi va gent que no escolta ni *heavy* ni *màquina*. Gent... que li agrada de tot, i que va a prendre algo». Una altra noia ho confirma: «A aquest bar hi ha gent normal. És dels pocs llocs que és gent normal». Això fa pensar que aquest tipus de bars podrien jugar un paper important en una elaboració més refinada de la distinció entre gent *normaleta* i *radical*.

Gent cibernètica

Actualment, tant a Barcelona com a Terrassa, està apareixent un nou ambient que, malgrat tenir afinitats amb el *màkina* i el *màquina pija*, és molt diferent. És l'ambient de la música electrònica de vanguardia: el *trance*, el *jungle*, i altres. És un ambient *enterat*, *modern*, i que en tot l'estudi només hem pogut recollir en el comentari que en una entrevista va fer una noia d'un centre públic d'ESO, que quan se li va preguntar si creia que hi havia més tipus a part dels *pijos*, els *skins* i els *heavies*, va contestar que «ara ha sortit aquest de l'àcid jazz, gent cibernètica d'aquesta...».

Sales de màquines i parcs

Una altra activitat interessant és la de l'apropiació dels parcs i les sales de màquines per part dels joves. Més amunt hem vist com un entrevistat deia que els *skins* es veuen als centres de FP i als parcs. I una noia afirma que les sales de màquines estan plenes de pelats. La majoria d'entrevistats asseguren que no els agraden gens les sales de màquines, perquè estan passades de moda, perquè hi ha

«gent xunga» —o «quillos»— o perquè «és un vici». Un noi entrevistat que vesteix una mica *skin*, en canvi, diu que per ell i els seus amics és un lloc habitual de reunió: «Yo salgo sábados y domingos... y siempre estamos en las salas de máquinas... pero echar a las máquinas o un vicio raro no, porque... allí están todos nuestros amigos, de vez en cuando echamos un fútbol... nos salimos a un parque que hay al lado... y e' e'tar hablando, e' e'tar con los amigos. Eso de las máquinas lo veo un entretenimiento pero... no como las tragaperras... las de juego son distintas, porque echas cinco duros y te tiras media hora jugando, las tragaperras no, tienes que echar mil pelas y te vicias... yo no... las salas de máquina, que es donde vamos nosotros e' pa'... pa' e'tar con los amigos... no para viciarte... estamos con los amigos ahí». Quan se li pregunta si, a part d'anar a discoteques *màkina* no van també a bars, respon així: «No, nosotros bares no... no nos gusta mucho. Sala de máquinas y como si fuera un parque, estamos to's ahí metíos, nos ponemos a hablar, salimos a un parque, luego bajamos [a la discoteca *màkina*]... Normalmente siempre estamos en un parque, que es donde estamos to's». És una il·lustració d'una altra forma de relacionar-se amb els amics, una apropiació d'uns espais —sales de màquines i parcs— per a la mateixa funció que tenen els bars: estar i parlar.

Cumbes i radicals

Abans de tancar aquest capítol farem referència a una matisació. El tipus *tirat*, que com tots els principals ha sorgit a partir de l'anàlisi factorial, ha estat reconegut com a més o menys homogeni pels entrevistats. Altres fonts complementàries, en canvi (de més de 25 anys) han insinuat la possibilitat que estigui format per dos tipus diferents: els *cumbes* i els *radicals* (*punks*, per exemple). Els joves entrevistats mai han fet aquesta distinció sistemàtica, encara que sí sembla possible identificar cites que fan referència a uns i cites que fan referència als altres. De totes maneres, com en la seva percepció aquesta distinció no és clara ni evident, no l'hem desenvolupada.

12. Trasvasos i foc creuat entre els tipus ideals

En l'anàlisi del tres grans tipus ideals del nostre model hem deixat fora de consideració la gens menyspreable xifra de 51 joves a qui agraden locals dels tres grans tipus analitzats però que no limiten el seu gust a un d'ells en exclusiva, sinó

que afirmen que els agraden locals de més d'un. L'anàlisi d'aquest joves a mig camí entre els diferents grans tipus és l'objectiu d'aquest apartat.

Per fer-ho recuperarem la distinció —n'hem parlat més amunt— entre els individus radicalment adscrits a uns estereotips i uns altres de *més normalets* que s'hi adscriben només parcialment, que no donaven gaire importància als trets estètics diferenciadors. Segons el nostre model, si l'adscripció a un estereotip —i a un tipus ideal de *marxa*— és absoluta⁵⁴, difícilment agradarà anar a tipus de locals diferents, però si aquesta adscripció és només parcial, no gaire implicada, llavors sí es pot produir la combinació *idealment contra-natura*. Partim del supòsit, per tant, que els casos que trobarem en aquestes barrejes correspondran a individus a mig camí entre els diferents gustos, i per tant menys radicals en les seves adscripcions estètiques. El que farem serà tant aprofundir en les mútues percepcions entre els tres tipus de *marxa* com analitzar els casos trobats —a l'enquesta i a les entrevistes— que els combinen.

TIRAT/MÀKINA

Si hi ha una oposició que delimita la principal frontera entre tipus de *marxa*, com ja hem vist, aquesta és la que s'estableix entre la *marxa tirada* i la *màkina* —la *màquina pija* també es col·loca en oposició a la *màkina*, però no tant en el gust musical i en la indumentària sinó en la l'eix *pijo-no pijo*. La *marxa màkina* i la *marxa tirada*, per tant, són tant diferents com diem? Un *tirat* que de vegades va a locals *màkina* diu que «lo que és el *rap* i el *heavy punk*... comparat amb la màquina... la gent és completament diferent. No... no es poden combinar unes persones amb unes altres». Una noia d'un centre privat de BUP, en canvi, diu que els d'un i altre lloc no són molt diferents: «No, es barreja molt, gent que trobes a discoteques de música màquina i després a pubs d'altre tipus de música». Així, per tant, en què quedem?

Analitzem primer com els individus entrevistats més propers al tipus ideal de la *marxa màkina* perceben els *tirats*. El noi que tot i vestir *skin* no s'hi considera, però que en tot cas és del tipus *màkina*, parla així dels *heavies*: «Da cosa por la forma como van vestíos, y las caras que tienen [el seu to i l'expressió facial són de

⁵⁴ També pot passar, encara que en aquest model no ho considerem, individus que, malgrat ser el més allunyat del que aquí anomenem *normalets*, no basin la seva radicalitat estètica en l'adscripció a un dels tres grans tipus que hem descrit.

disgust absolut]. Tienen unas caretas, ya... ¡hombre! ¡Si van todo el día emporraos perdíos! Los heavies y los punkos van todo el día ahí...». Una noia també propera al tipus ideal de *marxa màkina* explica com els seus amics perceben els *tirats*: «Para nosotros, por ejemplo... a los heavies se los llaman guarros. A los... a los hippies, a toda la gente de movimientos raros de estos, no pueden ver a ninguno. Yo no porque estoy aquí... [a l'Institut]». Aquesta mateixa noia diu que «los heavies y los punkos se irán a otro tipo de marcha [i no a la *màkina*]. Se irán por ejemplo al... a un sitio que hay aquí en Terrassa que... que es uno muy raro (...) y luego cantan... ¿no? Hay actuaciones raras y... Yo fui allí una vez y... vaya sitio más raro [riu]». Un altre noi de *màkina*, aquest més allunyat del tipus ideal i amb una actitud negativa vers els *skins*, parla així de la *marxa tirada*: «Eso es de punkos, es más... roqueros y van esos tíos con crestas y todo eso... ¡que asco! (...) La música no es que me haga mucha gracia, y la gente que va tampoco... yo que sé, por la manera que tienen de ser».

Busquem ara la percepció inversa, la que els *tirats* tenen de la *marxa màkina*. Un noi més aviat *tirat* d'un centre privat de BUP la percep així: «Jo hi he anat una o dues vegades [a l'ambient *màkina*]... (...) no hi vaig perquè no m'agrada l'ambient que hi ha, la gent és molt rara, hi ha molts rapats i això... hi ha gent que es baralla per qualsevol xorrada... tothom és molt agressiu». Una altra noia d'un centre públic de FP, d'origen obrer, que se sent còmoda en l'ambient *tirat* però que també va de vegades a llocs *màkina* amb altres amics, quan se li demana que expliqui quins grups de joves creu que existeixen comença així: «Los maquineros o fachas, que son la mayoría». Diu que encara que no són tots iguals, «siempre se unen en alguna cosa, ya sea en las drogas, o en la música, o en el pensamiento». Se li pregunta si a part dels més radicals, la resta de la gent *màkina* i *tirada* són semblants, i contesta que «yo creo que es muy diferente. Porque... si vas... a [un local *màkina*], estás allí una tarde, y luego por la noche te vas a [un local *tirat*]... es que... es otra historia... y la gente también [en el *tirat*]... es más... no es que sea más simpática... pero es más amable». Un noi d'una escola privada diu que els de l'ambient més *sintètic* (que és com anomena l'ambient *màkina*) vesteixen «potser més arreglats, també porten un altre tipus de roba. Aquí a la classe no, no n'hi ha. (...) Seria aquest tipus de cinturó aquest de... bueno... pantalons taronges o vermells *chillons*, samarretes apretades de color blanc amb símbols d'alguna discoteca... típic cinturó que no sé què porta... xorrades... metall. Sí, n'hi ha d'aquests, i que porten el cabell de diferents... així...».

Malgrat aquesta oposició, no tots els joves la consideren tan important. Un dels entrevistats, per exemple, assegura que a ell li és igual a quin dels dos tipus de locals anar: «Sí, yo entro tanto en un local que pongan heavy que otro que pongan máquina». Una noia tirada d'un centre públic d'ESO, tot i que comparteix la idea que són dos tipus molt diferents, també fa la següent advertència: «La gent té moltes idees preconcebudes, crec que la gent que va a llocs com [els tirats] són més catalanes per això del rock català, però allà et trobes gent molt diversa; també a llocs com [els màkina] et pots trobar gent diversa».

De totes maneres, el fet que siguin dos tipus *idealment* oposats fa que els 24 individus de l'enquesta als qui agrada tant la *marxa tirada* com la *màkina* siguin prou interessants, ja que són individus que combinen tipus de *marxa idealment* antagònics. A cada classe social les xifres són aquestes: fan aquesta barreja el 8% dels individus de la classe obrera, el 5% de l'empleada i el 2% de la mitjana-alta (per tant, la relació entre classes és similar a la de la *marxa màkina*). Més de la meitat dels 24 són del centre privat de FP. Als centres públics de BUP i de FP n'hi ha 3 i 4 casos i a la resta de centres un a cadascun. Són més homes que dones, i només hi ha un cas que visqui al centre, com també només hi ha un cas que parli només català a casa. Estan sobrerrepresentats els que parlen les dues llengües a casa i (encara que menys) els que parlen només castellà (l'estructura és lleugerament menys castellano-parlant que a la *marxa màkina*). L'actitud respecte la protecció del català, tot i ser semblant a la *màkina*, es diferencia en que hi ha menys indiferència i una mica més d'actitud favorable.

Fan més cursets extraescolars que els *màkina* (i igual que els *tirats*). Davant l'actitud més permissiva dels *tirats* —i més contrària dels *màkina*— sobre l'avortament i l'homosexualitat, estan a mig camí entre els dos (pel que fa a l'homosexualitat més a prop dels *màkina*). Respecte els *skins*, els molesten una mica més que als de la *màkina* però bastant menys que als *tirats*.

Accepten les pastilles més que els propis *màkina* i els porros quasi tant com els *tirats*. En el consum de droga, estan a mig camí entre els *màkina* i *tirats* en cervesa, vodka, porros i pastilles, d'una banda, i consumeixen tant whisky com els *tirats* i més *Martini* que uns i altres. El gust per la roba és semblant al dels de la *màkina* però amb algunes diferències: diuen molt menys que els agrada vestir modern (tot i així més que els *tirats*) i una mica menys de marca (també igualment més que els *tirats*). I senzill no només els agrada més que als *màkina*, sinó que també una mica més que als *tirats*. A part d'això, el seu gust en el vestir és molt més semblant al

màkina que al *tirat*, amb la peculiaritat que a dos els agrada vestir *heavy* i, a un, *punk* (i a un altre *skin*).

Pel que fa a la música, també mostren un gust a mig camí entre els de la *marxa màkina* i els de la *tirada*, la qual cosa els porta a desqualificar molt menys els diferents tipus de música (diuen molt menys que són «una merda»). Tenen un gust musical que segons com es miri es pot considerar *omnívor* —molt més obert— o *desdibuixat* —que no es decideix per res, que no té criteri.

Gasten bastant, una mitjana de 8.400 pts. (més que els dels dos tipus), i estan a mig camí entre els *màkina* i els *tirats* en la freqüència d'assistència al teatre i a sales de màquines, com a exemples significatius. També estan a mig camí en el percentatge dels que diuen que participen en associacions i dels que diuen que tenen les idees clares sobre política (és més gran que entre els *màkina* però bastant menor que entre els *tirats*).

Sembla, per tant, que *efectivament* estan a mig camí entre els dos gustos, que presenten característiques tant del gust *màkina* com del *tirat*, i que no s'adscriuen a cap dels dos. De fet el que no tenen, sobretot, pel que fa als gustos més directament relacionats amb la *marxa* (música i vestuari), són els *disgustos* dels tipus ideals.

A l'entrevista hem parlat amb alguns joves que estarien dintre d'aquest grup més versàtil i menys definit. Una noia d'un centre públic de FP i d'origen obrer, per exemple, contesta així quan se li demana que se situï entre els diferents tipus de *marxa*: «*Skin para nada. O sea... ZERO. No me gusta nada la movida que llevan, ni el rollo que llevan ni nada. Zero. No sé, algo... menos skin, lo otro más o menos... yo que sé... pues me puede gustar algo de hippie... algo de plan discoteca... no sé, de todo un poco*». Aquesta entrevistada, que diu que no li agraden les noies que van massa provocatives —tot i que sovint ella va cridanera—, vesteix més proper a la gent de *màkina* que a la *tirada* (va pintada, els caps de setmana porta tops, botes fins als genolls i pantalons de xarol, etc.). Si ha de decidir, en canvi, li agraden més els *hippies* que els rapats.

A l'entrevista hi ha una noia que representa un cas curiós. Ella va a una escola privada de BUP i va a locals *màkina*, però assegura que no li agraden gens «els quillos» ni «els pijos» (ella està, diu, «entremig»), i que tampoc li agraden els *tirats* —«Si... [*riu*], això és que són uns guarros... bueno, no sé»— ni la seva música —«No, tot són sorolls, no m'agrada»—, encara que li cauen molt bé —«o sigui, a mi no m'agraden els seus gustos ni a ells els meus, però...».

Màkina/màquina pija

Com ja hem apuntat, la *marxa màquina pija* és probablement un subtipus de la *marxa pija* en un sentit global, ja que en el nostre model correspon a una sola discoteca (amb tots els problemes que això comporta). La utilització indistinta de diferents acepcions de la paraula *pijo* (com ja hem explicat més amunt) també dificulta l'anàlisi. Un tercer problema ve donat per l'aïllament dels *pijos-pijos*: numèricament són molts menys que els *màkina* i, a més, es mouen en cercles bastant tancats, raò per la qual molts dels entrevistats, quan parlen dels pijos, es fonamenten més en la imaginació i la intuïció que en la pròpia experiència.

Els *pijos*, segons un noi que vesteix *skin*, no van gaire a les discoteques *màkina*: «Normalmente es que no va, la gente pija es que casi no va... a discotecas de esas... no les gusta. (...) No, otro garate⁵⁵, yo que sé... ir al cine...». Una noia *màkina*, en canvi, diu que sí que hi van. Ella diferencia l'ambient «*pijo, pijo, pijo*» —de «*todo catalán, el papá, luego el coche...*»— del *màkina*, on pot haver-hi de tot, «*hay pijos, hay gente que va a drogarse, de todo*». Aquesta és la noia que, com ja hem vist més amunt, assegura que «*los pijos se están volviendo todos fiesteros*». Abans ja havíem vist com una noia també afirmava aquesta segons postura, i ja hem explicat que aquí caldria aclarir a quina noció de *pijo* ens estem referint.

La percepció dels *pijos-pijos* desde la *marxa màkina* és molt negativa: són molt altius, es creuen superiors i sempre volen demostrar que ho són. Un noi que sempre va de *marxa* a locals *màkina* creu que aquella gent que ha sigut rica tota la vida «*son muy creídos. Estan na'más que discriminando a la gente*». Quan se li pregunta si ho diu per experiència pròpia o perquè li han explicat amics, diu que no, que no ha tractat mai amb ells: «*No, es de ve'lo por la tele. No de amistad con ellos (...). Si, sale en el telediario y se ve. Yo gente así no conozco, pero no [fa una ganyota de desaprovació]. Siempre que se ha escuchado por la tele no... se lo tien to' muy creído... Se creen que solo viven ellos y... "yo y yo", solo eso. A los demás no los ven.*».

Donat el nombre de joves que hi ha a cada tipus de *marxa*, d'una banda, i el número de joves que combina ambdues, de l'altra, sembla que la situació es defineix per una *marxa* principal i multitudinària (la *màkina*) a la qual van bastants dels joves als qui agrada la *màquina pija*. Això vol dir que el viatge invers és mínim,

⁵⁵ «Otro garate»: una cosa, allunyada de la primera.

molt inferior (caldrà veure, òbviament, si això és representatiu de la població o no). La *Marxa* amb majúscules, per tant, seria la *màkina*, i la *marxa màquina pija* faria només de complement per a aquells individus que també prefereixen un ambient més *suau*, més català, sense *quillos*, menys radical tant pel que fa a la gent com a la música.

Els individus que combinen aquestes dues marxes (16), per les seves característiques realment semblen estar a mig camí entre els dos tipus de gustos, entre el món català i *pijet*, més de classe mitjana-alta, i l'ambient castellà, immigrant i més de classe obrera. La majoria (12 de 16) són dels dos centres de BUP privats (en el tipus ideal *màquina pija* ho eren tots), però la composició per classes socials, tot i estar clarament decantada cap a la mitjana-alta, s'allunya una mica de la del tipus ideal *màquina pija* (malgrat que segueix lluny del caràcter obrer del *màkina*). A diferència del *màquina pija*, que era quasi monolíticament femení, aquí apareixen molts més homes (13 homes i 4 dones). Són, també, una mica menys catalano-parlants, però molt lleugerament, i estan a mig camí en l'actitud respecte la protecció del català.

En altres aspectes també semblen la combinació dels dos tipus de marxa entre les que estan a cavall. Per exemple, fan menys cursos extraescolars que el tipus ideal *màquina pija* però més que el *màkina* i rebutjen més els *skins* que el *màkina* però menys que el *màquina pija*; Pel que fa a l'actitud respecte l'avortament i l'homosexualitat, en canvi, és igual que la del *màkina*, i per tant molt més contrària que la del *màquina pija*.

Pel que fa a les drogues, estan a mig camí però més propers als *màquina pija* en el rebuig de les pastilles i l'alcohol, i igual que els *màkina* en el rebuig dels porros (i per tant molt superior que els *màquina pija*). A mig camí també estan en el consum de cervesa i vodka. En la resta de begudes les xifres són bastant semblants entre els tres tipus, igual que amb el consum de porros. De pastilles només en pren un d'ells.

Pel que fa al vestir s'assemblen més a la *marxa màkina* en tots els adjectius menys en el *grunge* (on apareix tant com a la *màquina pija*). Apareixen més que a la *màquina pija* adjectius com arreglat i provocatiu, d'una banda, i menys altres com tirat, de marca, senzill i d'esport, de l'altra. I, a part, mostren una pauta totalment diferent a les altres dues en l'adjectiu modern, que apareix molt menys.

Musicalment es troben a mig camí en gèneres que agraden més que als *màkina* però menys que als *màquina pija* com el rock'n'roll, el *punk*, el rock català, el

heavy, la música popular catalana i el *grunge* i en altres que agraden més que als *màquina pija* però menys que als *tirats*, com la rumba, la màquina suau, el *flamenco-rock* i les sevillanes. Tenen la mateixa presència que els *màkina* de màquina dura i salsa, i que els *màquina pija* de jazz i pop. Pel que fa a la música clàssica, els agrada més que als altres dos. En definitiva, tornem a tenir un gust clarament intermedi però amb algunes excepcions.

Gasten 6.700 pessetes al mes de mitjana (més que els *màquina pija* però menys que els *màkina*). Van al teatre en un proporció semblant als *màquina pija* i, pel que fa a la participació en associacions, estan en un punt intermedi.

És a dir, que les diferències també semblen mitigar-se en els individus que estan a cavall de les dues marxes, encara que no amb tanta claredat i uniformitat com passava amb els individus que estaven entre els *màkina* i els *tirats*, sinó seguint pautes que a vegades s'inclinen cap a un costat i a vegades cap a l'altre. La qüestió que cal tenir present, però, és que mentre que les marxes *màkina* i *tirada* estan bàsicament oposades per una definició global del gust: música, tipus de locals, roba, etc., la distinció entre les marxes *màkina* i *màquina pija* té més a veure amb el tipus de gent: tot i que la música és similar i fins i tot l'estil de la roba no és tant oposat, la gent és de procedència marcadament diferent, per la qual cosa l'oposició no es dona tant a partir del gust específicament jove com del gust que ordena tota l'estructura social. La distinció es marca més a través d'aquells eixos que hem analitzat al capítol anterior (*catalufo/quillo*, *pijo/no pijo*, etc.).

Com ja hem vist més amunt, els *màquina pija* tenen moltes similituds amb els *tirats* (són «un mateix tipus de gent»): una noia *tirada* d'una escola privada diu que els *pijos* no són completament diferents, que «també van a... o jo que sé... un grup de *pijos* també els he vist escoltant *heavy* a [un local *tirat*] i això, però van vestits normal, camisa i samarreta, que no van ni amb elàstics ni botes. Clar que també pot haver-hi algun *punky* que tingui peles». Però per una altra banda, estèticament també tenen similituds amb els *màkina*. Una noia d'un centre públic d'ESO, per exemple, quan n'explica les diferències ho fa assumint-ne una similitud bàsica. Diu que a Sabadell hi ha un parell de discoteques de música màquina «molt més suaus, com més per pijets, maquineros però menys...». Això vol dir que aquests *pijets*, tot i ser com els *tirats*, també tenen un gust com els *màkina* —però més suau—, menys radical.

I malgrat tot les distàncies segueixen estant perfectament marcades: un noi d'un

centre privat de BUP creu que a la *màquina pija* hi ha un ambient més «normal», més català, mentre que al *màkina* l'ambient és més *xarnego*. Fins i tot parla d'una discoteca *màkina* «on hi ha un ambient més *xungo*, allà si no vas una mica malament vestit no et deixen entrar... no vagis *pijo* perquè sinó... malament». A un altre noi se li pregunta si el local de *màquina pija* és per gent *pija* i respon així: «Si, bé, no hi ha tant de *quillo*, va gent d'aquí, a altres llocs va gent més de fora».

I és que si analitzem tant l'enquesta com les entrevistes amb deteniment observem que les dues màquines no s'assemblen tant com podria semblar: uns i altres no vesteixen igual, per moltes similituds que hi hagi, la música tampoc és tan semblant com entre les discoteques de *màkina*, i el tipus de públic no té res a veure. La *marxa màquina pija*, per tant, seria una adaptació *suau* de la *marxa màkina* —a estones música màquina *suau*, a estones música alternativa i rock— per a gent amb gustos musicals més «elaborats» i «catalans» i, sobretot, menys *quillos* i *desagradables*.

MÀQUINA PIJA/TIRAT

La combinació de les marxes *màquina pija* i *tirada*, aparentment també contranatura, pels joves no ho és en absolut. Quan hem analitzat la *marxa màquina pija* ja hem vist que tenia elements de la *marxa tirada*, com ara un gust per tipus de música o de roba molt poc acceptats a la *marxa màkina*. Segons la percepció de la majoria d'entrevistats, la *màquina pija* és molt més propera a la *marxa tirada* que no pas a la *màkina*.

Aquesta relació és complicada i val la pena parar's-hi una mica. La *màkina* i la *màquina pija* són marxes semblants: un mateix tipus de música, una forma de vestir més arreglada, etc. Però la gent és *diferent*. En canvi, les *marxa màquina pija* i *tirada* són relativament oposades pel que fa a la música (encara que a la discoteca *màquina pija* també posen música alternativa i una mica de rock), la forma de vestir, etc., però la gent és *molt semblant*. És a dir, que aquí estan jugant un paper molt més important aquells eixos del capítol anterior, molt més difosos i difícils d'explicitar.

A l'enquesta hi ha només 7 casos. Són 3 de classe mitjana-alta, 1 de l'empleada i 3 de l'obra. La majoria (5) són d'un dels centres privats de BUP (els altres són un de l'altre centre privat de BUP, el religiós, i del centre privat de FP) i predominantment també són dones. Dos són del centre, 1 de Matadopera i els altres

4 dels altres barris de Terrassa. Quatre parlen només català a casa, i 2 només castellà (l'altre ambdues llengües). Cap d'ells creu que el català tingui massa protecció. Només 1 afirma tenir una idea clara sobre política. Tots menys un han fet cursos extraescolars, i a cap dels set no els disgustaria que una amiga avortés. A dos els molestaria que una amiga fos homosexual, i a cinc que es fes *skin*.

Quatre d'ells no fumen porros (i a només dos els molestaria que una amiga en fumés), tots diuen que no prenen pastilles (i a cinc els molestaria que una amiga en prengués), i el que més beuen és cervesa i *xupitos*, sobretot, i també whisky i *Martini*. Això sí, a quatre (més de la meitat) els molestaria que una amiga s'emborratxés tots els caps de setmana. Un entrevistat que combina la *marxa màquina pija* amb la *tirada* assegura que «els *pijos* són els típics que van a discoteques, pastilles, el *Martini* i el *Jack Daniel's* i coses d'aquestes. En canvi hi ha uns que més aviat *heavies* van més cap a la cervesa, el calimotxo i els porros.» Gasten al mes una mitjana de 8.900 pessetes. Están molt més en associacions que els *màquina pija* (i tant com els *tirats*).

Malgrat que van a la *marxa tirada*, a cap d'ells els agrada vestir ni *grunge*, ni *heavy* ni *punk*. Tampoc els agrada vestir tipus *skin*. Només a 1 li agrada anar tirat i a 1 provocatiu. A 2 els agrada anar modern i d'esport; a 3 senzill; a 4 de marca; i a 6 els agrada vestir arreglat (recordem que era oposat al tipus ideal *tirat*). Veiem, per tant, com semblen més propers al tipus ideal *màquina pija* que no al *tirat*. Una noia d'un centre públic d'ESO, bastant prototípicament *tirada*, explica que la *marxa màquina* «no és el seu [dels *pijos*] ambient, el seu ambient seria més el [Màquina *pija*] (...). Però també pots trobar *pijos* [als locals *tirats*], vull dir que pots trobar gent *pija* barrejada amb roqueros o penjats... de vegades es veuen *pijos* (...) i tothom està bé. És que els *pijos*, els roqueros o *heavies* tenen ideologies bastant similars... són diferents però no tant».

Musicalment, a aquests 7 individus els agrada molt el rock'n'roll, mentre que el *punk* i el *heavy* agraden bastant menys que als dos tipus ideals. Són menys indiferents a la rumba: agrada més i desagrada bastant més i el rock català agrada a tots els casos (i la música popular catalana agrada més que entre els *tirats*). El jazz també agrada als 7 individus, mentre que el *flamenco-rock* a cap d'ells. Les sevillanes desagraden més que als *tirats* (però també agraden més), i mentre que la màquina suau no desagrada a ningú, la màquina dura no agrada molt a ningú. El pop agrada bastant (com als *màquina pija*), el blues moltíssim (més que a la *tirada*) i la salsa no desagrada a ningú.

Cal insistir que només parlem de 7 casos, i que per tant és absurd donar massa importància a aquestes comparacions. En tot cas, aquests 7 individus semblen combinar el gust *màquina pija* amb el *màkina* (alguns dels disgustos mutus queden eliminats) amb la conservació del disgust vers el gust del tercer tipus ideal, el *màkina*. Aquest disgust s'expressa amb el disgust per la música *lolaila* i l'expressió més característica de la marxa *màkina*: la música màquina dura (la qual no agrada molt a ningú, en contrast amb la màquina suau, que agrada als 7).

Malgrat les similituds, les diferències entre les marxes *màquina pija* i *tirada* sí que són importants. La peculiaritat rau en el fet que, com que *la gent no és tan diferent*, sembla que el trasvàs és més fàcil. Un entrevistat més aviat *tirat* però que correspondria a aquest tipus assegurà sense embuts que «no li molesta disfressar-se una mica de normal per poder anar a la discoteca *màquina pija*». La frase és significativa, ja que al fet d'anar «normal» ell li diu «disfressar-se».

TOT TERRENY

Dels 244 enquestats que surten, només n'hi ha 4 a qui agradi anar als 3 tipus de locals que hem descrit, la qual cosa és prou significativa de la distància simbòlica que hi ha entre uns i altres. Cadascú, a la nit també, té el seu lloc. Una noia explica que cadascú té el seu gust, i segons aquests el seu tipus de locals: «Hi ha gent que li agrada anar a la discoteca i això, altres d'anar a prendre algo, jo que sé, altres que la màquina i anar a discoteques dissabte i diumenge, i altres van a bars musicals, de música... així més de... bueno, el que és tot els *punkies*».

Com són aquests quatre individus? Dos casos són de classe empleada, un de classe obrera i un de classe desconeguda. Un és del centre públic de FP i els altres tres dels centres privats de BUP. Els quatre són homes i 1 d'ells viu al centre. No n'hi ha cap de castellà (dos catalano-parlants i dos que parlen català i castellà a casa), tenen més estudis extraescolars que la resta i a 3 els disgustaria que una amiga avortés o que fos homosexual. També a 3 els molestaria que una amiga es fes *skin* i que prengués pastilles. Només a 1 que s'emborratxés tots els caps de setmana, i a 2 que fumés porros.

El del centre de FP públic és de classe social desconeguda. Els seus pares tenen estudis primaris, a casa seva hi ha uns 10 llibres i gasta 3.000 pessetes al mes. Parla català i castellà. No surt cada cap de setmana, diu que ni beu ni pren cap droga ni fuma tabac. Li agrada la màquina, el rock català i la rumba, i li molestaria

que els seus amics s'emborratxessin, prenguessin alguna droga o es fessin *skins*. Creu que hi ha massa protecció del català, coneix gent que pren pastilles i no entén res de política.

El del centre privat religiós de BUP és de pares immigrants de classe obrera, però a casa parla català i castellà. Li agrada molt la música màquina, el *flamenco-rock* i el *grunge*, i gens el *country*. Li agraden com a mínim una mica quasi tots els tipus de música (menys la rumba, la música popular catalana, les sevillanes, la salsa i el rap). Diu que li agrada vestir *fiestero* i, a més, arreglat, modern i de marca. En contrast amb el primer noi, a aquest no li molestaria que una amiga es fes *skin* ni que prengués pastilles o porros. Coneix molta gent que pren *tot* tipus de droga.

Dels dos del centre privat de BUP no religiós, un és del centre: català, pares de classe mitjana-alta amb pocs estudis (menys de primaris ambdós). Gasta 16.000 pessetes al mes. Li agrada molt la música màquina, la rumba, la salsa, el *country* i el *grunge*, però diu que el rock català, les sevillanes, el rap i la música clàssica són «una puta merda». Indiferent al *heavy*, la resta de tipus de música li agraden una mica. Ha fet dos cursos extraescolars per iniciativa pròpia, i també li agrada vestir arreglat, modern i de marca. Li molestaria que una amiga seva s'emborratxés cada cap de setmana o que prengués qualsevol altre tipus de droga (menys els porros). També li molestaria que es fes *skin*. Està en un club de *mountain bike*. Surt cada setmana, va a bars cada dia, juga molt a l'ordinador, veu cervesa i *xupitos* (la resta de tant en tant), fuma porros i diu que no coneix gent que prengui pastilles ni altres drogues a part dels porros.

L'altre estudiant d'aquesta escola a qui agraden els tres tipus de locals és d'un barri de Terrassa que no és el centre. Té uns pares de classe empleada amb estudis superiors (i el cotxe que tenen és bastant luxós). Parla català a casa i havia cursat EGB en una escola privada religiosa d'alt nivell. De música li agrada molt el pop i creu que tant la màquina dura com el *heavy* són una merda. Respecte la resta es mostra indiferent o li agrada una mica. Ha fet dos cursos extraescolars. Li agrada el cine comercial. El local de la *marxa màquina* que li agrada és per menors, que per alguns és un lloc perillós, però per altres és una discoteca i prou. Gasta 3.500 pts. al mes. Surt cada setmana, no beu, no fuma, no es droga. Fa poques coses. Diu que li agrada vestir provocatiu i modern. Li molestaria que una amiga seva s'emborratxés tots els caps de setmana o prengués algun tipus de droga. No coneix ningú que prengui pastilles.

Els quatre presenten, per tant, elements molt diferenciats i difícilment definibles com d'un dels tres tipus ideals. Semblen estar més a prop, això sí, del tipu *màquina pija*, però en altres detalls més aviat semblen oposar's-hi. El primer sembla molt *normalet*, amb poca tendència a sortir (i a veure o prendre altres drogues); el segon també ho sembla pel que fa a la música (no s'alinea, per exemple, amb un gust musical més o menys definit), però es mou en un ambient on es mou força droga; el tercer té un gust musical que s'escapa a les pautes que hem vist: li agrada molt tant la rumba com el *grunge* o el *country*), i es mostra radical en els judicis; i el quart, finalment, és molt *normalet*, ja que no beu i no pren cap tipus de droga, d'una banda, i li agrada molt el pop, de l'altra (i creu que tant màquina dura com heavy «són una merda», amb la qual cosa es distancia dels dos principals tipus ideals, el *màkina* i el *tirat*).

Una noia deia, en una entrevista, que li agradava tot, des de discoteques màquina fins a karaokes, llocs de salsa, etc. «O sea, a mi me gusta todo, no me importa. O sea, no tengo el típico sitio de "los sábados por la noche aquí, y los domingos por la tarde allí". No, voy cambiando. Tanto salsa, como música española, como...». Musicalment també deia que li agradava absolutament de tot. Assegurava que no li disgustava cap tipus de música, que estava oberta a tot. Això sí, malgrat que és de Sabadell i rarament surt per Terrassa, d'aquesta ciutat només en coneix els locals *màkina*, amb la qual cosa és de suposar que el seu gust deu ser més proper a aquest que al *tirat*, encara que els *hippies*, com diu ella, li cauen millor que els *skins*. És curiós, per tant, que malgrat preferir els *hippies* als *skins*, els llocs que més coneix de Terrassa siguin aquells on més que *hippies* hi ha *skins*. És una noia que va amb amics del barri, per un costat, i de l'escola, per l'altre. Diu que a la discoteca que va és un punt mig entre les que nosaltres hem qualificat de *marxa màkina* i *màquina pija*, i que allí «puedes encontrar de todo. Puedes encontrar rapados, hay gente normal, y también hay... gente así, en plan tiraillo. De todo». L'únic tipus de locals que diu que no li agraden són aquells molt plens de *pastilleros*, és a dir, els més radicals de la *marxa màkina*.

13. Realitat objectiva, canviant i vinculant?

Un cop analitzat el contingut i distribució del gust a partir de la *marxa*, un fenomen específicament jove, els dubtes que aquesta anàlisi planteja són els següents: en primer lloc, aquesta realitat intersubjectiva... ¿no canviarà tant d'uns

joves als altres i per tant farà absurd qualsevol intent de descripció? (és a dir, que lluny de ser una realitat objectiva, externa i compartida és totalment individual i variant). En segon lloc, aquesta realitat presumptament objectiva... ¿amb quin ritme canvia? ¿o és estable i estàtica? I en tercer lloc, ¿fins a quin punt és realment important i vinculant per a l'acció social? ¿la tenen en compte els joves?

A les entrevistes els tipus de *marxa* són percebuts pels joves entrevistats com a *realment existents*, encara que sovint negociables i en alguns casos poc importants. El que és important és adonar-se que els mateixos joves perceben, sovint, la relativitat i arbitrietat que en el gust introdueixen mecansimes com la moda, el context, el temps, etc. Els joves —sobretot els més grans— també tenen consciència del canvi, encara que sovint en termes imprecisos. Una noia de 21 anys que està estudiant FP assegura que les coses han canviat en els darrers quatre o cinc anys. Afirmar que ara ja no hi ha tants *heavies* com abans, i que molts d'aquests s'han passat al que ella anomena *hippies*: «no sé... *visten más... no tanto con las chupas como antes... y llevan también pantalones ajustados pero igual ya no tanto con las camisetas de Metallica o... no sé... más tiraillos y no en plan chupa y esto*». Aquesta mateixa noia diu que abans els *heavies* i els *punks* es portaven a matar, però que ara potser s'han unit més.

Ella mateixa també deixa clar que el que ara es *porta molt* és l'anar de *pastillero* i *rapat*, i que hi ha una part dels joves que es va adaptant a la moda (de fet, és molt probable que —i això és una hipòtesi, no una afirmació— molts d'aquells que, per origen social, abans es *feien heavies*, són els que ara evolucionen més cap a la *marxa màkina*). Els mateixos que ara són *rapats*, diu, en un altre context podrien haver estat *heavies*: «*estos van... según la época... según... o sea, que se lleva un tipo de música, pues ellos se acoplan a esa música y a esa... a lo que etiqueta esa imagen, ¿no? Y ahora está super de moda las pastillas y los pastilleros y la música así... es lo que más se lleva*».

Ja sabem que la cultura juvenil canvia a gran velocitat, fins al punt que molts dels entrevistats ja han vist aparèixer i desaparèixer moviments estètics. Les tendències *rapper* (basada en la música *rap*) i *grunge*, per exemple, han aparegut i desaparegut en poc temps. L'estètica *heavy*, per la seva banda, ha passat de tenir unes connotacions especialment «suburbials» a esdevenir una estètica interclassista i desdibuixada.

També és important, com insistíem quan analitzàvem la diferència entre *radicals* i *normalets*, que hi ha molta gent que no li atorga gaire importància al gust relacionat amb la *marxa*: «No, bueno, de *heavies* pots trobar els *punkies* i els normals, gent que els agrada la música i ja està». Quan se li pregunta a una noia d'un centre privat de BUP si els grups de classe es fan segons la música que agrada, respon així: «No, també es fan amb els altres! [com dient: "No et passis!"]». Aquesta noia, però, difícilment es farà amb individus més estereotípics de la *marxa màkina*. El disgust per tipus de persona no s'atribueix al gust en la *marxa*, sinó a altres condicions *essencials* que, això sí, acostumen a acompanyar cada tipus de *marxa*. Aquesta és la qüestió important. Així, una noia que assegura que les noies *màkina* són molt diferents i que entre elles no s'hi trobaria bé, també nega categòricament que el gust en la roba, la música, etc., pugui condicionar les relacions. Un altre noi es manifesta així: «Yo pienso que hay gente que sí [que se diferencia por la música, que le da importancia] y gente que no. Pienso que la gente que lo hace es porque es tonta... porque la música no pienso que signifique nada, ¿no?».

Una altra noia, aquesta d'un centre públic d'ESO, creu que els joves sí distingeixen molt segons les categories que apliquen: «Si, es que los jóvenes distinguimos mucho, hacemos muchas clasificaciones, por ejemplo ves por la calle la típica chica con la faldita corta, sus camisetas ajustadas y dices "¡Huy! Esta es una pija"... También por la forma de hablar: "O sea, te juro, ¿verdad?", es que se les nota mucho. Solemos señalar mucho los jóvenes... siempre por el tipo de ropa que llevan y por cómo la llevan». Una altra noia també creu que és important, encara que adverteix que no és necessàriament a través de la consciència que opera: «Encara que no sigui de manera conscient, crec que sí... jo hi vaig amb gent molt com jo. [Aquella noia d'allà] va amb un grup així, maquinero, com ella i després hi ha gent que no surt gaire a la nit i també és un grupet».

REFLEXIVITAT

A la primera part del treball ja hem analitzat la idea de «consciència reflexiva». ¿Fins a quin punt existeix realment aquesta consciència de la relativitat del gust, del seu caràcter condicionat? ¿O la tònica predominant és la percepció del gust com a essència individual? Alguns dels individus sí mostren graus de reflexivitat, en alguns casos sorprenents —a la primera part ja havíem aportat un parell d'exemples—, i d'altres, en canvi, creuen que tot es tracta de *gust individual*, no influït pel grup de cap de les maneres. També és interessant escoltar-se joves que

tot just estan començant a desenvolupar algunes idees reflexives, com ara una noia que fa el següent comentari: «És que, no sé, o sigui, és que potser no ve a cuento... però en el tema aquest de ser o no independentista... doncs per exemple, la gent independentista, li sol agradar el grup *Blur*. I això ho he comprovat jo, sí, sí. És veritat. Ho porto pensant fa molt temps (...). I l'Oasis també. I penso, potser és coincidència, però a tothom que ho és li agrada això. I a mi m'agrada per exemple *El último de la fila* i el Joaquín Sabina». Després, quan se li pregunta per la rumba, diu que és dels *quillos*, i torna a reflexionar: «Són els típics... és que aquí també hi ha una diferència, encara que sembli una tonteria, entre... els indepen... els que són molt catalans i els que no... per exemple, una persona que sigui molt catalana i escolti això, si ho canta, la gent molt catalana li diu: "Va calla!" "Què dius ara!?", o no sé».

En contrast amb aquesta noia que està desenvolupant una consciència reflexiva o amb d'altres que la tenen molt desenvolupada, també hi ha entrevistats i entrevistades que neguen la possibilitat d'una relació entre el gust i d'altres elements com, per exemple, la procedència social. Probablement són casos amb un gust molt més *naturalitzat* (aquell fenomen del qual parlàvem a la primera part del treball i que consistia a fer esdevenir un gust socialment condicionat en un gust estrictament individual, essencial i natural de la nostra individualitat). Quan a una noia se li pregunta si el fet de ser *heavy* o *maquiner* té relació amb la procedència social o l'ambient en el qual s'ha educat cadascú, la resposta és categòrica: «No, res a veure». Un altre noi fa la següent reflexió (i la cursiva és nostra): «Abans anava a discoteques màquina, perquè no sabíem què fer i era el lloc on es movia tot l'ambient, les noies, els amics. Però un cop comences a saber el que t'agrada i el que no, canvies d'ambient». És a dir, que hi ha un gust interior, natural, essencial, que cal descobrir. Per això abans anaven a discoteques *màkina*, perquè encara no sabien el que de veritat els agradava.

Tornant a l'altre pol, al dels joves amb consciència reflexiva, també hi ha diversos exemples. Una noia, per exemple, assegura que les noies *màkina* són molt diferents a ella, i quan se li pregunta si sap perquè, respon així: «Per... no sé, l'ambient de casa, no sé... o pel barri en què viuen». Un cas d'extrema i elaborada reflexivitat és el d'un noi d'un centre privat de BUP de només 15 anys que ho veu de la següent manera: «El gust ve bastant influenciat. En el meu cas, per exemple, el meu gust per la música ha estat sempre influenciat pel meu germà, i en altres persones ha estat influenciat pels amics, o per la societat, perquè mirant la tele et

posen més un grup que l'altre... sempre gairabé tot està influenciat, tu ja gairabé no pots triar res per tu mateix, tot t'ho recomanen, t'ho deixen de recomenar...».

Un altre exemple on la reflexivitat no està tant sistematitzada ens l'ofereix un noi d'un centre privat de BUP, qui assegura que sobretot entre les noies «les que estan més acomodades tenen uns gustos més refinats, o més... si... no sé... més exigents, en quant a tot. O sigui, no es conformen amb qualsevol cosa, qualsevol ambient, que sigui *tirat*, no, no, has de buscar un ambient que els agradi, que hi hagi gent com elles. No sabia com explicar-ho perquè no... no sé... no hi he entrat gaire». Una noia d'un altre centre privat de BUP reflexiona així: «Nosaltres el que veiem... nosaltres com anem vestits d'una manera veiem els altres estranys, però els altres ens deuen veure estranys a nosaltres».

Un fenomen habitual és adquirir aquesta reflexivitat gràcies a una trajectòria vital que o bé ha passat per ambients molt diferents o bé els combina en un mateix moment biogràfic. Un noi d'un centre privat de BUP que abans havia anat a una escola pública i que distingeix entre l'ambient de discoteca i el *tirat* (el que a ell li agrada) estableix aquesta relació: «Allà [a l'escola pública] la gent era més... tenia gustos diferents... m'imagino que si hagués anat a un institut [públic] tindria altres gustos perquè suposo que tot et condiciona. I... el... allà no és... allà és un altre rotllo, no és anar a bars i tal sinó de discoteques i tal... l'ambient és més... no sé més... molt més sintètic, podríem dir (...). Sí, un món artificial creat més que res per comercialitzar un tipus de música, un tipus de drogues, un tipus d'ambient que es ven. (...) Jo penso que es canvia en funció de la gent que coneixes i l'ambient en el que et mous. Si coneixes així... com... nosaltres, suposo que tens més tendència a ser com nosaltres. Si coneixes gent que és com els altres, que he dit, de la màquina i tal, tindràs tendència a anar més... jo penso que és bastant així, no? Hi ha també excepcions, hi ha qui es resisteix, sempre. (...) Si, aquests [més tímids] es resistien. O perquè són més tímids o perquè simplement no els agrada ja d'entrada i no ho volen fer. O sigui, hi ha qui és tímid i a qui senzillament no li agrada».

Una mica sense voler, aquest entrevistat aporta un element interessat quan diu que els que *es resisteixen a la influència del grup* són tant aquells a qui «senzillament no li agrada» com aquells «més tímids», menys integrats en la dinàmica de la *marxa*, del sortir i de la vida social. Això podria significar que els joves que no surten de *marxa*, en no entrar en el camp de joc de la *marxa*, la música i el vestir *joves*, de la cultura juvenil en definitiva, també eviten entrar en les xarxes d'influències que caracteritzen aquest camp, i per tant tenen un gust estètic

fonamentat en altres criteris. No estan immersos en la lògica juvenil per excel·lència, la de la *marxa*, els *enrotllats*, la música i la roba de moda (recordem, per exemple, aquell jove que comentava que aquells més tímids, que no sortien i eren més empollons, vestien com més antic).

Un altre noi que ha fet el mateix recorregut d'una escola pública a una de privada, i que es troba bastant fora de lloc, ofereix una altra il·lustració d'un inici de reflexivitat: «*Lo que tengo miedo es de contagiarme, de cambiar, de ser como ellos. Son muy raros. Mi madre me ha dicho que no me pasará nada. Un día llegué a casa y le pregunté ¿oye mamá, que el ambiente influye en la forma de ser de una persona? Me dijo que sí y desde entonces ya estoy preocupado*». Un alumne que també va fer aquest recorregut, però ja fa un temps, ho recorda així: «Home, quan jo vaig arribar tothom parlava en català, tothom, era molt catalanista i tothom parlava dels Països Catalans i em va sobtar molt, després vaig veure que era gent que anava als castellers, o a grups de sardanes i coses d'aquestes, sempre amb gent catalana. Crec que en això els pares també influencien molt, perquè un noi amb 15 anys no pot tenir les idees molt clares sobre aquestes coses».

Per acabar transcriurem un parell d'exemples que semblen defensar sense saber-ho —i des del sentit comú— les tesis postmodernes. D'una banda, una noia d'origen obrer i gust a mig camí entre el *hippie*, el *màkina* i el *màquina pija* (és a dir, bastant indefinit), afirma que ara els diferents nivells estètics estan molt repartits per tot arreu: «*Hombre, el barrio supongo que... que influye... o quizás... o no, no lo sé... O no, esto está ya tan repartido que no... esto era antes, lo de los barrios, porque yo sé... por ejemplo, yo te puedo hablar de un barrio en Sabadell (...), el típico barrio de gitanos, y que si vas la gente te dice: "¡Ala, tía! ¿Cómo vas allí?". (...) Y vas ahora, y eso sería antes, que ahora ya... hay de todo. El [centro de FP donde voy], por ejemplo, tenía super fama de colegio de gitanos, de gente,... y ahora vas y ves de todo, ves pijo, ves... de todo. Eso era antes. Yo creo que hoy en día ya está todo... superextendido, y en un barrio que sea un poco cutre ya hay gente normal*». Una companya seva del mateix centre de FP creu que la diferenciació entre *pijos* i *lolailos* també ha perdut pes fins a deixar de ser important: «*No, yo lo veo secundario. No se... no hay tanta diferencia... antes sí, ahora no*». Això no vol dir necessàriament que hi hagi mescla, sinó indiferenciació: «*No, mezcla no. Pero ya no... no hay tanta diferencia... antes sí, ahora no*».

En aquesta indiferenciació és on la noció de *normalet* juga un paper importantíssim. Un noi que distingeix entre *típicos pintas* (tirats més extrems), *skins*

i normals, creu que a part dels extrems, els normals són molt diversos, «creo que eso ya es muy concreto, a cada uno le gusta más lo suyo». Per això conceptes dels propis joves que aquí només s'han esboçat i formalitzat poc sistemàticament, com «normalet» o «enrotllat», poden ser interessants per a desenvolupar un estudi del gust en aquesta direcció.

ESTUDIAR O DIVERTIR-SE, AQUESTA ÉS LA QÜESTIÓ

La *marxa* significa absència absoluta de responsabilitats. Significa diversió, bojeria i ruptura de la rutina (encara que normalment la pròpia *marxa* s'acaba rutinitzant). Es pot sortir de *marxa* un cop cada tres mesos, un cop cada setmana, tres cops cada setmana (divendres, dissabte i diumenge) i fins i tot més de tres cops la setmana. També es pot convertir cada tarda en una petita *marxeta*: unes cerveses en un parc, una estona en un bar, etc. Per norma general («herois» a part) com més importància, valor i temps atorgui un individu a la *marxa*, menys n'atorgarà als estudis. En un extrem hi ha els que només pensen en els estudis, ja ho hem vist. En l'altre els que només pensen en la *marxa* i la diversió. I al mig se situa la immensa majoria de joves, buscant un equilibri entre diversió i estudis. Si no s'aconsegueix un equilibri adequat pot passar com als que més surten, que des del punt de vista d'un entrevistat, «si surten més tampoc els hi dóna temps a estudiar i a saber-se concentrar... estan més per altres coses i no tant pels estudis». I si algú surt molt i tot i així aconsegueix un equilibri, llavors es guanya la categoria d'«heroi», ja que té allò que els altres no poden ni somniar: surt molt (diversió), estudia molt poc (mínimes obligacions) i aprova o treu bones notes (equilibri).

Totes les classes socials surten, i molt, però una hipòtesi interessant a treballar és que la classe mitjana-alta (i també l'empleada) controla més aquest equilibri entre estudis i *marxa* que no pas l'obra, la qual cosa —si fos certa la hipòtesi— faria que un percentatge més alt de fills d'obres *caïessin* en el que podríem anomenar *trampa* o *parany*, en una situació *sense tornada* que es manifesta en l'estès penediment *per haver deixat els estudis, per no haver estudiat una mica més*, etc. (i que quedi clar que no volem afirmar, amb això, que «el» curs d'acció correcte sigui el que decanta l'equilibri cap als estudis).

Aquest control *diferenciat* del difícil equilibri entre diversió i obligació acadèmica és perceptible a les entrevistes. Un noi d'un centre privat de BUP assegura que tots els joves són semblants, però quan se li insisteix que pensi en possibles diferències reconeix que, per exemple, entre els de la seva escola i els

dels instituts públics, hi ha característiques distintes: «Si, bé, potser l'ambient aquí és una mica més selecte, i allà són una mica més esverats, i no paren temps pels estudis». Aquesta impressió és corroborada per una noia que va estudiar al centre (amb una clientela més benestant i catalana) i després va anar a estudiar ESO a un altre barri: «Notes un canvi molt fort, allà al col·legi del centre tothom estudia més que aquí o als col·legis de la perifèria... aquí la gent està més al carrer, els estudis interessen menys».

Un noi que ha fet un camí invers, que ha passat d'un centre públic d'un altre barri a un del centre de Terrassa (que a més és privat), també té molt clares les diferències: *«Aquello, en el colegio público que yo estaba, la verdad es que me divertía mucho, la gente tenía tan poca verguenza que te petabas el culo. Un chaval le quemó el pelo a una chavala. Fue con el mechero vacilando, viene la chavala y le quema el pelo. (...) Aquí no, hablamos un poco en clase, que no considero nada, y nos pegan unas broncas que no veas, que estamos de pelea siempre con los profesores, porque dicen que estamos descontrolados, y yo no lo considero, no lo considero.»*.

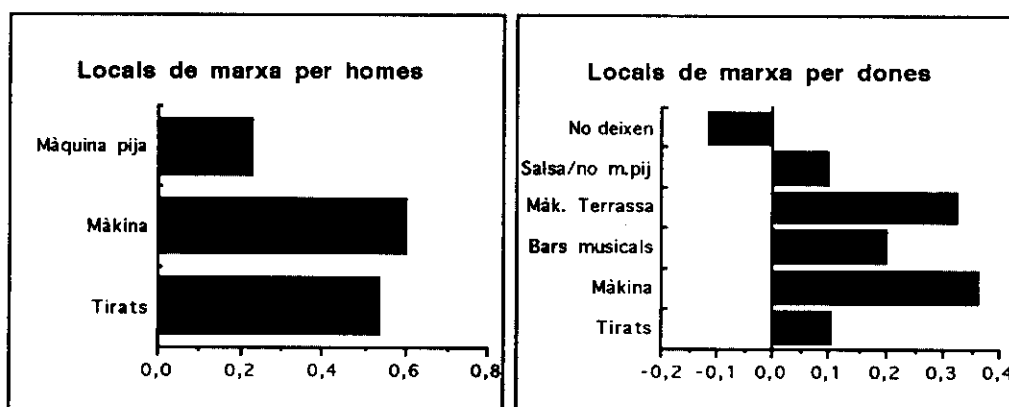
És curiós veure com, a aquests centres on s'estudia menys, segons diuen els joves, es mitifica les escoles on s'estudia més, fins al punt d'atribuir (en algun cas) qualitats superiors als alumnes d'aquestes últimes. Asseguren que són més intel·ligents (és el que Bourdieu anomena «ideologia del do», i que consisteix a atribuir qualitats innates a característiques socialment adquirides). Un noi que va a un centre de FP privat, la majoria d'amics del qual ja estan treballant abans d'arribar als 18 anys, assegura que la gent de les escoles privades de BUP són diferents: *«por norma te exigirán más y... tienen que ser más listos... (...) Gente que va allí es como si ya fuese a una universidad. Va a estudiar. Gente que va allí en la calle los ves y a lo mejor te dice que no sabrá nada de estudios... pero luego a la hora de la verdad tienen que saber un huevo, porque si no no estarían en esos colegios... nadie los mete en los colegios esos... a parte que son muy caros, si los meten es porque saben que lo pueden sacar, si no no los meterían»*.

NOIS I NOIES

Un eix importantíssim que aquesta investigació ha deixat de banda és el que distingeix el gust entre nois i noies. Tant uns com altres s'adhereixen al model establert, però ho fan de forma diferent. Les relacions entre sexes, a més, es mostren bastant diferents en uns i altres grups. Anàlisis ANOVA fets a algunes

variables han mostrat com sovint una aparent homogeneïtat de gust entre classes socials no és tal, ja que amaga un comportament molt diferent segons el sexe —o el gènere, segons com definim aquests dos conceptes— a cadascuna d'aquestes classes. Si, tal i com hem deixat anar més amunt, la major relació entre nois i noies és una de les diferències entre els *enrotllats* i els *no enrotllats* (i potser entre els *normalets* i els *radicals* també), la introducció de les diferències entre uns i altres en l'anàlisi del gust pot enriquir molt més l'anàlisi, a la vegada que ens pot permetre arribar a diferències —per classe social o interclassistes— interessants.

Malgrat que s'havia començat prenent aquest àmbit com un dels objecte de debat per a les entrevistes, davant els problemes d'extensió, i juntament amb altres aspectes, es va optar per deixar-lo de banda. Tot i així alguns entrevistats van fer alguns comentaris interessants. Una noia va identificar les sales de màquines amb els nois («*Este es un sitio que creo que van... los chicos*»), una noia *tirada*, com ja hem vist més amunt, va dir que «als bars sempre... veus més nois que noies, quan surts...», i un noi d'un centre privat de BUP va fer la següent reflexió: «Si, lo típico, em sembla que les noies són més tranquil·les. Sempre hi ha les esverades, però en general. (...) Sí que surten, però es concentren més, són més quietes, i no estan tant per altres coses». En aquesta línia, un noi d'un centre privat de FP va dir que les noies eren més tímides.



L'anàlisi factorial per separat també mostra una diferència interessant: mentre que en els homes només apareixen els tres grans tipus ideals de marxa, en les dones s'identifiquen sis factors diferents, els més interessants dels quals (pel contrast respecte dels homes) són el *bars musicals* i el *salsa i no màquina pija* i, en menor grau, els *màquina* limitada a Terrassa (a part hi ha el *no deixen*, però com hem dit més amunt això ja és una altra qüestió).

CONCLUSIONS

CONCLUSIONS

L'objectiu d'aquesta recerca era indagar en la relació entre estructura social i gust juvenil. A tal efecte, durant tota la introducció teòrica, hem analitzat diferents aportacions que han permès afinar els instruments analítics amb els quals interrogar la realitat. Després de la investigació empírica, ¿què ens queda de la pregunta inicial? El sistema d'interacció del gust juvenil ¿està estructurat de forma anàloga a com ho està l'estructura social? La resposta a aquesta pregunta no és transparent i inequívoca, i per aquesta raó caldrà, per extreure unes conclusions del treball realitzat, anar a pams.

CATEGORITZACIONS 'SALIENTS'

Els protagonistes del gust juvenil, els propis joves, expliciten com a criteris de distinció entre els diferents «tipus de joves» dues categories per sobre de les altres. D'una banda, les anomenades *tribus urbanes*, és a dir, els grups específicament juvenils més radicals estèticament: *skins*, *heavies*, *hippies*, *tirats*, *maquineros*, *fiesteros*, etc. I d'una altra, també es distingeixen a ells mateixos segons el caràcter obert, actiu i sociable o —i en oposició a aquest—, tancat, tímid i introvertit. Aquestes són les dues categoritzacions més verbalitzades, i per tant —aparentment— més conscients (més *salients*, en la terminologia de Tajfel i Turner).

La segona d'aquestes, la que fa referència al caràcter obert i sociable o tancat i introvertit, és una característica presumiblement psicològica (de «caràcter» o «personalitat») i per tant no és rellevant per a una anàlisi sociològica que, com aquesta, pretén indagar en la relació entre disposició estètica i estructura social. L'altre de les categoritzacions, la que fa referència a les *tribus urbanes*, en canvi, sí té un interès immediatament sociològic, ja que traspasa les pròpies *tribus* fins a estendre's al conjunt de la *marxa*, al conjunt dels locals nocturns on van la majoria dels joves. L'estudi ha mostrat com els joves, un i altre cop, es distingeixen entre ells a partir de categories associades als locals on surten de nit —i els més joves per la tarda—. Això vol dir que aquestes categories són, com a mínim aparentment, les més *salients*. Sembla com si aquest camp de joc, el de la *marxa*, fes encaixar en un esquema coherent tot un seguit de característiques estètiques del gust juvenil.

Segons la nostra perspectiva, que indaga en la relació entre la *marxa* i la classe social, al camp de joc de la nit, de la *marxa*, s'hi arriba (si s'hi arriba) amb un capital socialment atorgat i un altre de personal (malgrat la diferenciació mai és clara, a nivell analític pot ser interessant): el capital socialment atorgat vindria condicionat per la classe social d'origen, el centre escolar (a la vegada lligat a la classe social d'origen), les relacions socials deutes de la posició social (escola, barri, etc.), la socialització primària a la família, etc. L'altre, en canvi, seria el capital personal propi de l'individu, és a dir, per la seva «personalitat» o «caràcter» obert, *marxós*, *enrotllat*, sociable, divertit, etc.

Tan aquells més tímids i tancats en ells o elles mateixes com aquells que senzillament no *li troben el gust a la marxa* no entren en el camp de joc. Això vol dir que qüestionen la *marxa* en ella mateixa, la qual cosa els pot portar a una situació de «marginalitat» dintre del camp de joc dels joves, ja que poden ser percebuts com gent «estranya». Aquesta negació de la mateixa *marxa* és interclassista, la qual cosa vol dir que el fet de sortir —o no— de nit no té res a veure amb la classe social.

MARXOSOS NORMALS I PLENS

El camp de joc de la «*marxa*», aquesta noció pròpiament juvenil que fa referència al fet d'anar a locals específics —preferentment bars musicals i discoteques—, l'hem definit en base a uns *tipus ideals*. Els joves no la perceben, de cap de les maneres, ni com a homogènia ni com a indiferentment heterogènia, sinó que és un espai «objectiu» molt ben definit, amb uns grups molt ben delimitats i amb unes característiques molt perfilades. Cada local es correspon a un tipus de gent, a un tipus d'«ambient», com diuen ells. O encara millor, cada tipus d'«ambient» es correspon a uns locals determinats. Tot plegat, «molt radical», com deia una noia: «O en un costat o en l'altre». A cada tipus ideal li correspon un tipus d'imatge en gran part definida pels seus elements (joves) més estereotípics: a la *marxa màkina* els *skins* i *fiesteros*, a la *tirada* els *heavies* i *punks*, i a la *màquina pija* els *pijos*. Això no vol dir, però, que tots els clients dels locals d'un tipus ideal siguin d'aquest tipus «plens», estereotípics, ni molt menys. I aquí és on entra en joc la noció de «normal», que és com els mateixos joves descriuen aquells que, malgrat ser més d'un o altre tipus, en realitat són gent molt tranquil·la, gens radical en la seva adscripció estètica (i per tant gens radical en el «disgust» que va associat a qualsevol «gust»). Així, podríem concebre el públic de qualsevol tipus de

marxa com una gradació entre un extrem d'un *continuum* on hi hauria els individus més «plens» i un altre on hi hauria els més «normals».

Els «plens», de fet, només són una minoria, però són els més «purs», els més *plenament adscrits* als trets característics d'un tipus de marxa en oposició als altres. I com a minoria estèticament radical són molt més visibles i, per tant, tenen molt més pes relatiu en la definició de la situació, en la definició del camp de joc dels tipus de *marxa*. Aquests individus plens donen el toc més característic, més estereotípic, a cadascun dels ambients, ja que són els que sobresurten, els més visibles.

I això és així perquè la resta són «normals», i allò que és normal no sobresurt, sinó que passa desapercebut. Els més propers al pol «normal» del *continuum* són individus que, si bé formen part d'un tipus de marxa, la seva implicació no és tant intensa: no s'ho juguen tot (sigui perquè també «juguen» en altres tipus o perquè senzillament no s'ho «juguen tot» a la *marxa* mateixa). Són individus, per tant, associats a estereotips però no de forma incondicional, sinó que amb certa distància, amb certa reserva. Un *punk* i un *skin* —individus «plens» en la nostra terminologia— presenten diferències clares i molt ben definides, molt visibles i evidents. En canvi, un «normal *tirat*» i un «normal *màkina*» presenten diferències però més subtils i diluïdes, menys evidents per elles mateixes encara que igualment identificables. Aquí rau la importància dels «normals» (gairabé sempre ignorats en els estudis sobre tipologies juvenils), en el fet que ells *també participen en el joc*. Dos «normals» no es diferenciarien per una cresta, un cap rapat o una roba de marca caríssima, sinó per un accent al parlar, un tipus de botes, la forma de maquillar-se o l'aspecte general més *tiradet* o més *arregladet*, per exemple.

Els joves dels diferents tipus de *marxa*, tant els «plens» com els «normals», es perceben com a diferents, però mentre que els plens fonamenten molt més la seva identitat en la categorització *endogrup/exogrup* a partir de la marxa (la seva implicació vital en aquesta categorització és molt més radical), els normals es mostren molt més distanciats: sí que surten, i sí que van a un tipus de locals i no a uns altres, però la seva identitat es basa en molts altres àmbits diferents, d'entre els quals la *marxa* només n'és un.

Aquesta forma de mirar-se la *marxa*, només incipientment sistematitzada, permet posar-la en relació a un altre àmbit: els estudis. Si la *marxa* és l'àmbit de la diversió, del present, de l'oci «irresponsable» i sense responsabilitats adultes, l'escola és l'àmbit de l'obligació, del patiment, de la negació de la diversió. Per

això és normal que els que més es dediquen als estudis, els *empollons*, siguin els que menys s'impliquin en la *marxa*. I de la mateixa manera, també és comprensible que els que més es dediquen a l'àmbit de la *marxa* —els «plens»—, siguin els que menys es dediquen al de l'escola. Són, per tant, lògiques oposades, i només els «herois» podran triomfar a les dues arenes, només els «herois» podran divertir-se plenament i, a la vegada, triomfar a l'esfera de l'obligació sense patir.

MARXA I ESTRUCTURA SOCIAL

Un cop feta tota aquesta volta, cal que probem de tornar a la pregunta inicial: ¿quina relació té la *marxa* amb l'estructura social? Les *marxes màkina* i *màquina pija* es corresponen bastant (sempre en referència a probabilitats) a la classe social obrera, la primera, i a les empleada i mitjana-alta, la segona. La *marxa tirada* és, en canvi, aparentment interclassista. Així, el camp de joc de la *marxa* estaria format, d'una banda, per dos pols (curiosament molt propers pel que fa al tipus de música, encara que una anàlisi aprofundit mostra diferències significatives) que es corresponen, respectivament, a la part alta i baixa de l'estructura social, i per una altra, per un tipus de *marxa* on es barregen indiscriminadament individus de tota l'estructura social.

¿Perceben els joves els diferents tipus de *marxa* com a relacionats amb l'estructura social? Alguns sí. Però no és habitual que els joves fagin una sistematització com la que acabem de fer sobre la relació entre *marxa* i estructura social, sinó que la consciència dels límits sovint és més aviat pràctica. És a dir, que al final de les entrevistes, després d'haver explicat les categoritzacions que consideraven més rellevants, sovint tenien problemes per relacionar-les amb l'estructura social. A la vegada, però, molts semblaven situar cadascú al seu lloc a través d'altres adjectius que, tot i anar aparentment força lligats a l'estructura social, els joves no relacionen necessàriament amb aquesta. Aquests adjectius són el que Bourdieu anomena antinòmies redundants que, en el marc del coneixement pràctic, ajuden a fixar els límits a la vegada que provoquen el seu oblit. Els entrevistats i entrevistades parlaven dels *quillos/pijos* o *lolailos/catalufos*, *catalans/castellans*, *violents/pacífics*, *noies molt maquillades/noies poc maquillades*, etc., totes elles categories que fan referència a característiques desigualment repartides a l'estructura social, i per tant relacionades, encara que sigui de forma indirecta, a aquesta. Aquestes antinòmies permeten que l'estructura social es fagi immediata, propera, sense ni tan sols haver de saber que existeix.

AUTONOMIA DE LA CULTURA JUVENIL

Però malgrat aquesta consciència dels límits, la *marxa tirada*, per exemple, atrau a un percentatge similar dels joves de cada classe social. Això demostra que el reflexe de l'estructura social al camp de joc de la cultura juvenil no és ni rígid ni directe. La cultura juvenil, per tant, té una autonomia pròpia, i encara que les divisions de l'estructura social hi penetren, no la condicionen completament —en el cas de la *marxa tirada* sembla inexistent, i encara que dintre del gust *tirat* és probable que hi hagi distincions subtils, el que és un fet és que joves de les diferents classes socials s'ajunten en els mateixos locals—.

També és important el fet que la cultura juvenil, que ja hem definit com a part de la cultura «de masses», és en ella mateixa oposada a la cultura «superior», i les seves divisions internes no semblen ser jeràrquiques (encara que tots els joves *anti-música-màquina* sí adueixen raonaments semblants als de la crítica que des de l'«alta cultura» es fa a la «cultura vulgar»). Només un dels joves entrevistats ha establert el que per ell és una jerarquia «objectiva» entre música de creació i música comercial. La majoria d'ells no fan referència a un criteri extern, objectiu, del que és «bona música» i «música dolenta», sinó que valoren allò que els és propi: les divisions són més horitzontals. Aquesta indefinició, que Böethius descrivia com a característica de les societats occidentals actuals, sembla bastant clara a l'univers juvenil. Els joves semblen rebutjar la jerarquia clàssica basada en una «cultura superior», que més aviat els fa gràcia —a banda d'aborrir-los— i que és la representada per l'escola i les seves «insuportables» classes de literatura, filosofia, etc.

La cultura juvenil és una cultura diferent de la cultura «oficial» del món adult, d'aquesta altra cultura que l'escola utilitza per «torturar-los». La cultura juvenil pot donar un sentit específic i —a diferència de la cultura de l'oci dels grans— global a l'existència del jove mentre és jove (això és possible perquè en no tenir responsabilitats, el jove és oci: i enfront de l'oci, hi ha l'estudi, que és l'anàleg a l'estructura productiva dels grans i del qual els joves procuren escapolar-se'n tant com poden).

Reserva davant la marxa

Aquesta és la nostra anàlisi, però abans d'acabar aquestes conclusions volem fer un pas enrera. Creiem que aquestes reflexions al voltant de la *marxa* són interessants en el sentit que aporten un intent de sistematitzar una comprensió de l'especificitat dels joves actuals *des del seu propi punt de vista*, per així aprofundir en la comprensió dels seus motius, del *sentit* de les seves accions. A la vegada, però, volem fer una advertència: comprendre el gust en la marxa és una condició necessària però no suficient per comprendre el gust dels joves. És per això que convidem al lector a adoptar davant d'aquesta aproximació la mateixa actitud que la majoria dels joves adopten davant la *marxa*: reserva. Igual que els joves viuen la *marxa* amb reserva, com un element més de la seva existència, cal llegir aquest treball i la seva conceptualització de la cultura juvenil amb reserva, ja que la vida dels joves és molt més que sortir —o no— de nit.

BIBLIOGRAFIA

- (1983b). "La transició al món dels adults com a objecte d'estudi", a *Papers, Revista de Sociologia*, nº 25, pp.63-75.
- CASAL, J. i altres (1994). *Èxit i fracàs escolar a Catalunya*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- CASAL, J.; J.M. MASJUAN i J. PLANAS (1991). *La inserción social y profesional de los jóvenes*. Madrid: CIDE.
- COLEMAN, J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard U.P.
- CROSSLEY, M. (1995). "Merleau-Ponty, the Elusive Body and Carnal Sociology", a *Body & Society*, Vol.1, nº1, pp.43-63
- DURKHEIM, E. (1984). *La división del trabajo social*. Madrid: Akal.
- ECHEVARRÍA, J. (1994). *Telépolis*. Barcelona: Destino.
- ELIAS, N. (1978). *The Civilizing Process*, Volum II: *State Formation and Civilization*. Oxford: Basil Blackwell.
- ELSTER, J. (1991). *El cemento de la sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- ERIKSON, E. H. (1980). *Identidad. Juventud y crisis*. Madrid: Taurus (original el 1968).
- FEATHERSTONE, M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. Londres: Sage Publications.
- FISKE, J. (1992). "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life", a *Cultural Studies*. Nova York: Routledge.
- FORNÄS, J. i G. BOLIN (1995). *Youth Culture in Late Modernity*. Londres: Sage Publications.
- FORSTENCER, R; i F. FERRAROTTI (1982). *La juventud de los años 80'*. Salamanca: Sígueme.
- GERGEN, K. J. (1992). *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- GIDDENS, A. (1991). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GIL CALVO, E. (1985a). *Ocio y prácticas culturales de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Cultura.
- GIL CALVO, E. (1985b). *Los depredadores audiovisuales*. Madrid: Tecnos.
- GODELIER, M. (1986). *La producción de los grandes hombres*. Madrid: Akal.
- GOFFMAN, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- HEBDIGE, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Londres i Nova York: Methuen.

BIBLIOGRAFIA

- ALBROW, M. (1990). *Max Weber's Construction of Social Theory*. Nova York: St. Martin's Press.
- ANHEIRER, H. K. (1995). "Forms of Capital and Social Structure in Cultrual Fields: Examining Bourdieu's Social Topography", a *American Journal of Sociology*. vol.100, nº4, pp.859-903.
- ARANGUREN, J.L. (1982). *Bajo el signo de la juventud*. Barcelona: Salvat.
- ARIÉS, P. (1962). *Centuries of Childhood*. Nova York: Alfred A. Knopf.
- AZORÍN, F.; i J.L. SÁNCHEZ-CRESPO (1986). *Métodos y aplicaciones del muestreo*. Madrid: Alianza Editorial
- BAULIES, J. (1977). *El municipi de Terrassa*. Terrassa: Edicions de la Caixa d'Estalvis de Terrassa.
- BERGER, P.L. (1986). *Invitació a la sociologia*. Barcelona: Herder.
- BERGER, P.L. i T. LUCKMANN (1988). *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder.
- BOUDON, R. (1981). *La lógica de lo social*. Madrid: Ediciones Rialp.
- BOURDIEU, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Ed.Taurus (original el 1979).
- (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- BOURDIEU, P. i J-C. PASSERON (1981). *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Barcelona: Laia.
- BOURDIEU, P. i L.J.D. WACQUANT (1994). *Per una sociologia reflexiva*. Barcelona: Herder.
- BRYSON, B. (1996). "'Anything but heavy metal': Symbolic exclusion and musical dislikes". a *American Sociological Review*, vol.61, pp. 884-99.
- CARDÚS, S. (1983). "Usos i abusos de les enquestes en els estudis sobre la joventut", a *Papers, Revista de Sociologia*, nº 25, pp.77-83.
- CARDÚS, S. i J. ESTRUCH (1984). *Les enquestes de joventut a Catalunya. "Bells delirirs que fascinen la raó"*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- CASAL, J. (1981). *La Joventut a Catalunya. Informe sociològic sobre el jovent de la comarca d'Osona, Cornellà de Llobregat i Barcelona ciutat*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- (1983a). "Gira el món i torna al born", a *Papers, Revista de Sociologia*, nº 25, pp.11-19.

- HUSPEK, M. (1994). "Oppositional codes and social class relations", a *British Journal of Sociology*, vol.45, nº1, pp.79-101.
- JORDAN, T. (1995). "Collective Bodies: Raving and the Politics of Gilles Deleuze and Felix Guattari", a *Body & Society*, Vol.1, Nº1, pp.125-144.
- MARCET, G. (1996). *La civilitat dels adolescents a Vilafranca del Penedès*. Vilafranca: Fundació Caixa Penedès.
- MARTÍN SANTOS, L. (1988). *Diez lecciones de sociología*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN SERRANO, M. (1991). *Los Valores Actuales de la Juventud en España*. Madrid: Instituto de Juventud.
- (dir.) (1994). *Historia de los Cambios de Mentalidades de los Jóvenes entre 1960-1990*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- MOLES, A. (1978). *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- MORIN, E. (1965). *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1966). "Democracia morbosa" a *El espectador*, vol.II. Madrid: Espasa-Calpe (original del 1917).
- PETERSON, R.A. i R.M. KERN (1996). "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore", a *American Sociological Review*, vol.61, pp. 900-07.
- SÁNCHEZ, J. (1988). *El frente de juventudes*. Madrid: Siglo XXI.
- SIMMEL, G. (1986). *El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura*. Barcelona: Ediciones Península.
- TAJFEL, H. (1975), "La categorización social" a S. MOSCOVICI (ed.), *Introducción a la Psicología Social*, Planeta, pp.351-87.
- (1981). *Grupos Humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.
- TORREGROSA, J.R. (1972). *La juventud española. Conciencia generacional y política*. Barcelona: Ariel.
- TURNER, B. S. (1988). *Status*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- TURNER, J.C. (1990). *Redescubrir el grupo social. Una teoría de la categorización del yo*. Madrid: Ediciones Morata.
- WEBER, M., (1969). *Economía y Sociedad. Esbozo de Sociología Comprensiva*, vol. II. México: Fondo de Cultura Económica.
- (1985). *El problema de la irracionalidad en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.
- WILLIAMS, R. (1982). *Cultura*. Barcelona: Paidós.