

Juventud y cultura en Madrid

SALUSTIANO DEL CAMPO*

Entre los rasgos definitorios de la situación de los jóvenes en la sociedad actual sobresale la progresiva dilatación temporal de su incorporación a la vida adulta. Resulta paradójico que tengamos actualmente en España las generaciones con niveles educativos más altos, más tolerantes y abiertas al cambio y más igualadas socialmente que nunca y, sin embargo, con menos capacidad de controlar sus propias vidas, de procurarse experiencias vitales importantes y de tomar por sí solos decisiones. A esta inmadurez colectiva se unen la inestabilidad y la incertidumbre que pesan sobre su futuro.

Esta situación afecta directamente a los comportamientos y actitudes hacia el ocio y las prácticas culturales. A los jóvenes se les dejan casi como únicos reductos decisorios los espacios de las diversiones y del consumo personal y, aun así, condicionados por una oferta muy estructurada y controlada por los adultos. Por eso, su característica más generalizada es la pasividad —que se traduce en gregarismo, mimetismo y prácticas estandarizadas—, y muy grande, dadas sus condiciones intelectuales y su poder adquisitivo relativamente alto, su potencial para desarrollar actividades creativas, artísticas y culturales. Este hecho hace que una gran cantidad de opciones de tiempo libre entren en competencia con las actividades culturales y el resultado no sea siempre favorable para éstas. Los bares, las discotecas, los

* Catedrático de la Universidad Complutense. Secretario de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas.

espectáculos deportivos, los juegos de mesa y de salón se cuentan entre otras muchas alternativas de ocio para la juventud.

De acuerdo con estas premisas, en 1996 se realizó una investigación sobre los jóvenes de la Comunidad Autónoma de Madrid(1), que abarcaba las siguientes áreas:

- 1º. El consumo y el equipamiento de los jóvenes como indicadores de sus prácticas culturales.
- 2º. Las actividades y prácticas culturales que declaran ejercitar, las interacciones que se dan entre ellas y los motivos de su reducida o nula frecuentación.
- 3º. Otras aficiones paraculturales y la participación en asociaciones y grupos culturales.
- 4º. Los obstáculos que existen para una mayor frecuentación de las actividades consideradas.
- 5º. Las demandas o aspiraciones relacionadas con ofertas culturales alternativas, los medios para fomentar la oferta actual, los vehículos o cauces alternativos para acceder a las actividades culturales y las preferencias por las iniciativas públicas o privadas.

La técnica de la encuesta se emplea en este caso como la mejor para medir los consumos, el equipamiento, las prácticas culturales y las demandas de los jóvenes pero, dada la novedad que representan los puntos segundo y tercero y el carácter necesariamente cualitativo de una gran parte de la información que se desea recoger, se ha hecho uso también de técnicas cualitativas complementarias, como son el grupo de discusión y la entrevista en profundidad.

Este breve informe analiza fundamentalmente los resultados de la encuesta que se hizo a una muestra de 700 jóvenes de 15 a 24 años de edad en la Comunidad de Madrid y, sobre todo a efectos de comparación, a una de 300 en Barcelona, e incluye algunos procedentes de tres reuniones de grupo cuya segmentación fue como sigue: estudiantes de 17 a 19 años de edad; estudiantes de 20 a 25 años de edad; jóvenes trabajadores de 20 a 25 años de edad.

Concepto de cultura. Ante todo conviene destacar la coexistencia entre los jóvenes de dos percepciones distintas de la cultura, en función del significado que le atribuyen. Por un lado, y en un sentido estricto y elitista: arte, literatura, teatro y museos; por otro, un concepto más amplio, que se identifica con cuanto implica interacción y actividad con otras personas: asistencia a conciertos de rock, práctica de algún deporte (fundamentalmente el fútbol) o, simplemente, relaciones sociales (salir con los amigos), que son consideradas también como una forma de expresión cultural.

En términos generales se aprecia una actitud de rechazo hacia la cultura formal, que se manifiesta en la ausencia de afición y hábito por el teatro o la música clásica, visitas a museos, etc., que son etiquetadas como actividades de adultos, o colocadas entre las que se encuadran en la esfera educativa y académica. Al mismo tiempo se observa una mayor adhesión, tanto en los grupos de discusión como en las entrevistas, al concepto “antropológico” de cultura, entendida como cualquier actividad que implique una interacción con otros y, en especial, aquellas que tienen lugar fuera del entorno familiar y escolar y se asocian con los grupos de iguales (salir juntos, hablar de cosas, intercambiar experiencias, incluso el

deporte en equipo). Se da la paradoja de que los propios jóvenes son conscientes de esta dualidad y algunos, tanto en las entrevistas como en los grupos, señalan que, bien por falta de conocimiento, de medios, o de ambas cosas a la vez, no sienten demasiado interés por la cultura oficial.

Otro punto en común es el contraste entre el fin de semana y los días de diario, entre el ocio y el tiempo libre y todo lo que implica obligación; así, el teatro y algunas lecturas, por el simple hecho de ser recomendados por profesores o padres, producen un rechazo automático. A su vez, la centralidad de la “marcha” en la vida de los jóvenes es también un aspecto coincidente; “salir de marcha” se identifica con el “desparame”, con la evasión, la diversión y, a menudo, con la música y el consumo de alcohol.

Actividades culturales. En cuanto a las actividades culturales, a continuación se hacen algunos comentarios sobre los datos contenidos en el Anexo, que sirve para comparar los porcentajes de jóvenes implicados en cada una según su residencia en Madrid o Barcelona.

Lectura. En la muestra de las entrevistas se aprecia mayor afición a la lectura que la que se revela en los grupos de discusión. Esta actividad se realiza más durante los días de diario, fundamentalmente por la noche o después de comer. La mayoría de los entrevistados estaba leyendo alguna novela en el momento de la entrevista y declaró que suele intercambiar libros con amigos o con sus familiares y que prefieren los recomendados, especialmente por los amigos.

Los participantes en los grupos de discusión mostraban escaso interés por la lectura y, además, afirmaban que el precio de los libros es elevado, igual que piensan los que son lectores habituales.

Cine y teatro. En cuanto al cine se aprecia una diferencia significativa entre los entrevistados y los componentes de los grupos de discusión. Los primeros suelen asistir con bastante frecuencia y, salvo contadas excepciones, lo tienen como una de sus actividades preferidas, después de la música. El cine es una forma de diversión y, al mismo tiempo, una actividad social a la que siempre acuden con amigos y nunca en solitario.

Por el contrario, respecto al teatro existe un mayor consenso: se considera excesivamente caro y se identifica con la cultura oficial y como una actividad para adultos. Los que no se sienten muy atraídos, tanto en las entrevistas como en los grupos, observan que en las ocasiones en que han asistido como espectadores han observado que la audiencia está formada, principalmente, por personas mayores. Entre los entrevistados se encontraron dos personas muy aficionadas, que conocían las ofertas disponibles para obtener entradas más baratas. La conjunción de diversos factores, como el desconocimiento, los precios y la identificación de esta actividad con obligaciones escolares (algunos señalan que “es aburridísimo”), actúa como disuasoria entre los jóvenes.

Museos y exposiciones. Visitar museos y exposiciones es una actividad rechazada por la mayoría, que la asocia con el concepto de cultura mencionado en el primer apartado: en su sentido estricto, académico, frío y aburrido. Los museos se consideran adecuados para un público adulto y especializado, que pueda entenderlos. Así, solamente una de las jóvenes —en las entrevistas— tiene por costumbre frecuentar museos; muestra un gran interés porque desea estudiar Historia del Arte, pero afirma que muchas veces tiene que ir sola, ya que sus amigos no suelen acudir. Para la mayoría de los jóvenes es una cuestión que ni siquiera se plantea; quizás les atraen más las exposiciones monográficas o de fotografía, así como las muestras temáticas.

Televisión y Radio. La televisión no es una actividad importante entre los jóvenes; no la ven muy a menudo, sólo ocasionalmente los días de diario y la mayoría prefiere elegir algo concreto: una película, documentales, o algún programa específico.

Como contraste, la radio es muy popular; prácticamente la totalidad de los jóvenes entrevistados la escucha a diario y opta por los programas musicales. La radio suele servirles de fondo musical mientras estudian o realizan otras actividades, tanto en casa como fuera de ella, y el uso del *walkman* está muy extendido.

Música. La importancia de la radio se debe al gusto de los jóvenes por la música y se puede afirmar que oírla es en todas sus formas y contenidos su actividad “estrella”. Acompañan su vida cotidiana con música y, durante los fines de semana, el “salir de marcha” está estrechamente ligado con escuchar música, sea en directo o en diferido.

Los tipos de música que oyen varían según los gustos personales y los del grupo de amigos pero, además, las circunstancias y el estado de ánimo juegan un papel importante; si les apetece charlar y estar tranquilos elegirán un estilo diferente al que prefieren para “desparramar”.

En el aspecto musical los conciertos son acontecimientos muy importantes, porque con ellos los jóvenes disfrutan entre amigos y con el contacto directo de sus cantantes favoritos, aunque algunos mencionan que, con frecuencia, en algunos conciertos suceden episodios bastante violentos.

Por lo que hace al equipamiento, todos tienen walkman y equipo de música en casa, se intercambian cintas con los amigos y se graban discos mutuamente. La compra de compactos se reserva para los grupos que ellos consideran “muy especiales”, puesto que son más caros.

Medios y soportes informáticos. Existe un cierto rechazo hacía los ordenadores entre muchos jóvenes, tanto en los grupos como entre los entrevistados; los califican de aburridos, aunque al mismo tiempo son conscientes de que los necesitan para acceder al mundo laboral.

Suelen utilizarlos, los que lo hacen, para realizar trabajos escolares y solamente dos entrevistados como medio de diversión por los juegos. No todos tienen ordenador en casa, pero incluso muchos de los que lo tienen sólo lo manejan esporádicamente.

Existe la idea de que el ordenador “engancha” y esto se percibe como algo negativo. En los grupos los jóvenes señalan la “adicción” de sus hermanos más jóvenes y, en las entrevistas, uno de ellos contaba que su “excesiva afición” le acarreó problemas escolares que, afortunadamente, ya había superado.

Además, otros soportes como el CD ROM, Internet, etc., son poco conocidos y atraen mínimamente a estos jóvenes, que se sienten más llamados por actividades fuera del hogar que supongan una interacción social con grupos de iguales.

Otras aficiones. Los viajes y los deportes son también actividades culturales con las que disfrutan los jóvenes; en el primer caso, limitados por el factor económico, aunque muchos se van los fines de semana y de vacaciones con sus amigos o con sus padres. En cuanto a los deportes, bastantes los practican a

diario, tanto en equipo (fútbol o baloncesto), como individualmente. Otras actividades deportivas populares son el patinaje y montar en bicicleta.

Canales de información. Los resultados de ambos estudios coinciden en que los medios de información de los que se valen los jóvenes están desorganizados y desestructurados; la mayoría no dispone de información adecuada, o al menos no parece muy satisfecha en este aspecto. Sin embargo, algunos señalan, tanto en los grupos como en las entrevistas, que, si hubiera interés por parte de los jóvenes, conseguirían toda la información necesaria.

Los principales métodos utilizados son los carteles o tabloneros de anuncios en la calle, o en la Universidad e Institutos y, sobre todo, el “boca a boca”, es decir, la información que se transmiten unos a otros sobre eventos. Además, este es el medio en el que tienen mayor confianza, o del que más se fían, puesto que son sus amigos los que se lo recomiendan y ya saben sus gustos y aficiones. Por el contrario, las propuestas provenientes de profesores, y adultos en general, tropiezan con alguna resistencia, ya que se identifican con eventos “cultos”, a menudo percibidos como fríos y aburridos. Ocasionalmente utilizan la Guía del Ocio, el periódico y el teletexto.

Respecto a las propuestas para mejorar los canales de información se mencionan una mayor utilización de carteles, tanto en los medios académicos o escolares como en la calle y transportes públicos. En uno de los grupos se sugiere una línea telefónica que ofrezca información.

Opinión y demanda acerca de la oferta cultural. La opinión de los jóvenes entrevistados, así como la de los grupos, es bastante similar en cuanto se refiere a la oferta: se considera amplia y variada y, en conjunto, se observa un nivel elevado de satisfacción con ella. Los principales problemas señalados aluden, por un lado, a la escasa información y, por otro, al factor económico.

Los recursos de los jóvenes son bastante escasos y cualquier actividad cultural les exige un desembolso económico, que les obliga a seleccionar según sus posibilidades y gustos. En este sentido, los acontecimientos culturales asociados con la cultura más formal, así como los conciertos y viajes, son las actividades más problemáticas desde el punto de vista económico. En el primer caso, este factor, unido a la falta de hábitos y conocimientos, actúa como elemento disuasorio. En el de los conciertos, supone todo un ahorro de sus recursos disponibles y quitarse de otras actividades para contar con el dinero necesario.

Además, en los grupos de discusión se señalan los problemas de transporte de quienes viven en la periferia; sin embargo, en las entrevistas esto no se plantea como problema, siendo el bono-transporte una solución importante.

Respecto a la demanda de los jóvenes, el punto común y más importante consiste en la promoción de actos culturales en los que ellos mismos puedan tener protagonismo, no solamente como receptores sino también como gestores. Su principal demanda se refiere a la necesidad de reducir los precios para que la cultura esté más al alcance de los escasos recursos de los jóvenes. Además, se mencionan la promoción de actividades deportivas, viajes y cursos o talleres de formación.

El acceso al mercado laboral es una de las preocupaciones de los jóvenes y la proliferación de Masters, con precios elevadísimos, hace que la mayoría se sienta en desventaja. El acercamiento a este tipo de demandas podría reactivar en cierta medida su pasividad.

Observaciones finales. Las actividades, aficiones, prácticas y consumos y equipamientos que hemos tomado en cuenta se despliegan en dos vertientes: por una parte, la selección de las más importantes y frecuentes, que son mencionadas normalmente por los jóvenes; por otra, la distribución a lo largo de un eje, que va desde la pasividad consumista o la receptividad de la oferta cultural hasta la actividad o la participación. En el primer extremo se encontrarían el equipamiento y los medios de comunicación, como expresión máxima de una recepción pasiva, si bien selectiva, de tales actividades culturales. En el segundo se despliegan la compra de objetos culturales, la asistencia a actos o las acciones correspondientes y, sobre todo, la realización activa de prácticas y la participación en grupos, asociaciones, etc. Por otro lado, los hábitos de frecuentación de las actividades culturales son el punto de referencia obligado para trazar la elástica frontera que existe entre los que se interesan, o no, por los hechos culturales.