

'Emos', 'visual' o 'lolitas', elija usted mismo

Las culturas urbanas del siglo XXI nacen, crecen y se transforman a la velocidad de la Red, su instrumento fundamental .

**A pesar de los cambios, las tribus siguen siendo vehículos de identidad y pertenencia.
Japón marca tendencias**



- *Atraen durante más tiempo, a veces hasta la treintena, asegura un sociólogo*
- *"La desinformación hace que la gente no entienda nada de sus hijos", dice una joven*
- *La desorientación juvenil se alarga, y familia o clase social ya no son referentes*

INTRODUCCIÓN

Guía de las nuevas subculturas urbanas

Cultura Japonesa

Toda la información sobre las subculturas underground llegadas de Japón. Explican el estilo lolita y el visual kei, entre otros.

Lolitas

"El **Lolita** es una subcultura underground de carácter trasgresor que surge como una propuesta estética y contracultural de última generación, rescatando para ello el espíritu artístico de los siglos XVIII y XIX y fusionándolo con elementos de nuestra cultura pop". Su estética: vestidos de época, parasol, enaguas, pololos, bolsos, zapatos y medias. Ésta es parte de la descripción que hacen del estilo lolita en Lolita in wonderland.



Lolita es una moda subcultural en Japon, la cual es primordialmente influenciada por la ropa de niños victoriana así como los disfraces del periodo barroco. **El estilo Lolita** se ha vuelto una moda única añadiendo lo gótico así como elementos de diseño originales al look. Desde esto, la moda Lolita ha evolucionado en **diferentes** y ha creado una devota subcultura En Japón.



Gothic Lolita



Sweet Lolita

Sweet Lolita es influenciada en gran cantidad por estilos barrocos así como por manga shojo. Enfocándose en los aspectos fantásticos e infantiles, éste estilo adopta la forma Lolita y usa colores ligeros y temas fantásticos infantiles en sus diseños.

Perfil de un otaku



No es que se haya dejado el pelo largo, es que cuando se ha dado cuenta, ya estaba así.

Gafas de pasta o con la montura plateada. La tendencia es ir a contracorriente.

Mochila. Imprescindible para cargar material y tener las manos libres.

Camisa de manga corta sobre camisa de manga larga. Abrochada hasta el cuello y metida en el pantalón.

Cazadora

Portamóviles. Va enganchado al cinturón y se usa para guardar el móvil.

Pantalón chino. Cómodo y funcional.

Calzado deportivo. Apto para salir de compras.

Nombre común: *Densha otoko* (電車男)
Nombre científico: *Homo ferrocarrilis*
Hábitat: Barrio de Akihabara (Tokio)

Otaku

El otaku es el amante de la cultura japoneses en general, pero sobre todo del manga y el anime.

Emos



Los Emos tienen las emociones a flor de piel. Se trata de la exaltación de los sentimientos al puro estilo romántico. Su nombre procede del estilo de música Emocional Hardcore. Su estética contempla flequillos sobre la cara, camisetas de grupos musicales, vaqueros pitillo, pulseras de calaveras, y piercings en nariz y labios y en la nariz.

Visual Kei.



El **Visual kei** es una tendencia nacida en Japón a finales de los 80's y de ella hacen uso varios grupos de rock japoneses (a este tipo de musica se le denomina J-Rock). El nombre se da por el significado de las dos palabras:

Visual y kei ("Kei" en Japonés significa estética). Lo que resulta en la definición "**Estética Visual**".

'Emos', 'visual' o 'lolitas',

elija usted mismo

"Mamá. Papá. Soy lolita gótica". A esta frase de una adolescente cualquiera, ataviada con un vestido recargado, al estilo del siglo XIX, pero con una falda más corta, con lazos, diademas, parasol, incluso pololos, los padres pueden reaccionar de distintas formas.

Por ejemplo: "¡Qué disgusto! Pero, hija, ¿cómo ha sido? Y, sobre todo, ¿eso qué es?". No se alarmen, es una **nueva subcultura urbana**, incipiente todavía en España, y de estética muy llamativa. **"Pero va más allá de la estética; se trata de rescatar la cultura victoriana, el rococó, la inocencia, el buen gusto, el respeto, valores que se han perdido y que se ven en cosas tan sencillas como ceder el asiento a una persona mayor en el autobús"**, explica Yolanda Villajos, diseñadora de moda y **lolita** de 25 años.

Nacido en Osaka (Japón) en los años setenta, se extendió por todo el mundo en los noventa, y en España hay **lolitas** entre 15 y 32 años, explica Villajos. Son fervientes amantes de la moda, y cuando quedan les gusta charlar, pasear, hacer *pic-nic* o visitar museos. Hay muchas variantes: además de las **lolitas góticas** (de negro y blanco) las hay clásicas (más formales), **sweet** (rosa y pastelitos) o **punk** (cuadros escoceses), y así hasta una veintena que una misma *lolita* puede ir alternando.



Lolita Clásica

Para un profano puede ser un auténtico lío. Como ya explicaba un estudio del Consejo de la Juventud coordinado por el antropólogo Carles Feixa, **si algo caracteriza a las tribus urbanas (o culturas juveniles) del siglo XXI es "la difuminación de las fronteras entre las distintas subculturas, y los procesos de sincretismo (de mezcla y unión)"**.

Esas subculturas, aunque tengan aspiraciones trascendentes, nacen, se transforman y fusionan tan rápido como las modas de verano e invierno.

Pero Feixa cree que ya no son tan pasajeras **- "Como la juventud, ha dejado de ser una etapa de paso para convertirse en una etapa de impasse"-**, ni sólo juveniles, sino que atraen a una nueva clase de "joven-adulto, de entre 30 y 45 años, que vive a caballo entre los dos mundos: trabaja a tiempo parcial, tiene relaciones familiares inestables, y busca en la moda y el ocio su propia imagen".

Un recorrido por la web -instrumento fundamental de las tribus modernas que da a las que triunfan una difusión global- produce auténticos mareos y, a la vez, da la dimensión de esa volatilidad.

Es realmente curioso ver las discusiones en los foros sobre si aquel complemento o aquella actitud es fundamental para ser tal o cual, o si le convierte en un impostor.

Como ejemplo de fusión resultan paradigmáticos **los emos**. Con estética que ha cogido de aquí y allá -los pantalones pitillo de los punkis, el pelo cardado de los **góticos**, las muñequeras de pinchos...-, llevan zapatillas marca Vans o Converse, **piercing** en la boca y la nariz y el flequillo les debe tapar al menos un ojo.

Su nombre viene de una corriente musical, el **emotional hardcore** -uno de los grupos que más se citan es **My Chemical Romance-**, y desde que nació en Estados Unidos a mediados de los ochenta se ha extendido como la pólvora por todo el mundo.

En cuanto al pensamiento, sería **algo así como la adolescencia hecha tribu a través de una estética, es decir, la exaltación de los sentimientos, el aislamiento, la incomprensión, la tristeza y la melancolía como señas de identidad. La mitología popular les ha acusado de gusto por las tendencias suicidas y la autolesión, y en general el resto de tribus les tienen una manía feroz: en México y Chile ha habido agresiones organizadas a emos.**



Emo Raper

Pero todo esto, en cualquier caso, se trata de la teoría, creada por la gente que se toma más en serio la tendencia, la cultura y la pertenencia. Pero no todos, ni mucho menos, se lo toman así. **"Hay tantos tipos de emos como emos"**, dice

Pau (Pablo Corrales, 18 años), escondido tras un flequillo que le tapa toda la cara hasta debajo de la nariz. Su nombre de batalla es Emo Raper, algo que probablemente provocaría escalofríos en algún purista de la cosa. Junto a sus amigos, en la plaza de España de Madrid un viernes a las siete de la tarde, admite que **el emo** es una mezcla de estilos.

Se trata de una tendencia que está teniendo mucho éxito entre los más pequeños, que son muy conscientes de las etiquetas que se cuelgan. En otro grupo, también en la plaza de España, está Andrea, de 15 años: "Nos llaman emos. **Los emos** son como **los góticos**, pero mezclando colores. Nos tienen manía porque **somos suicidas. Y somos todos bisexuales**", repite mecánicamente mientras el resto (incluidas dos chicas que se definen como *neogóticas*) protesta a lo de la bisexualidad.

Para quien a estas alturas del texto tenga la tentación de reírse de estos chavales por vestirse de una determinada manera y juntarse para compartir afinidades, vayan estas palabras del sociólogo de la Universidad de Alicante Antonio Alaminos: **"Igual se podría considerar tribu urbana a los ejecutivos con corbata, a los taxistas, a los mecánicos u otras formas institucionalizadas de vestir en el ámbito de la producción. Tienen formas de vestir parecidas, los mismos hábitos, etcétera.** '¿Usted qué es?'. 'Taxista'.

Pero es cierto que los jóvenes buscan diferenciarse del mundo adulto y "los usos más habituales del día a día". **"Ocho de cada 10 jóvenes se identifica con grupos de amigos, estilos de vida, formas de consumo. La identidad ya no la da una clase social, sino la adscripción a un grupo alternativo. No es familia, escuela, trabajo: es grupo de amigos en el tiempo de ocio y consumo", asegura Alaminos, y añade que las tribus actuales tienen poco de original: "Reproducen esquemas importados de otras culturas".**

--- o ---

De hecho, sin contar a los *emos*, la cultura que impera es la japonesa, como en las **lolitas**, pero también los **visuals o los otakus** (que así se autodenominan, aunque les pese a los que saben que en japonés ésa es una palabra despectiva que viene a significar **freak**). Curiosamente, se trata de que los japoneses hacen su propia revisión de las tendencias occidentales, y éstas son las que triunfan de vuelta en Europa y América.



Visual kei

Los **visual kei** son gente a la que gusta un tipo de música rock japonesa que se completa con un vestuario y estilismo muy cuidados. Corpiños, ligeros y mucho maquillaje dentro de una estética muy andrógina. Un grupo de culto para ellos es Malice Mizer.

Los **otakus** son, simplemente, gente a la que le vuelve loca todo lo japonés; **el cómic manga, el anime o los videojuegos**, en particular, y les va disfrazarse de vez en cuando de algún personaje de **manga** (esto se llama **cosplay**). Un ejemplo de su heterogeneidad es un grupo que se reúne en la plaza de España de Madrid y queda por Internet, a través del foro **El Consejo Friki**. Su punto en común es que les gustan "distintos aspectos de la cultura japonesa", dicen Pachi, un joven de 18 años y de aspecto **heavy**, y Knu, de 17 y aspecto, tal vez, **visual**, mientras Laura (16) explica que a sus padres les da igual que ella sea una mezcla entre **emo y visual** porque ellos fueron en su día **heavies**: "Mientras no vaya en pelotas", dice.

--- 0 ---

Para algunas personas ser **lolita** "implica incluso enfadarse con su familia por llevar esas pintas, pero eso pasa en cualquier tribu. El otro día hablaba con una chica que llevaba los pelos estilo *emo* pero no era *emo*. Su padre no le hablaba porque pensaba que se cortaba las venas. O una chica *gótica*, que su madre pensaba que hacía rituales satánicos. **La desinformación y los medios de comunicación que tergiversan la realidad para hacer de una persona que viste y vive diferente un reality show hace que la gente no entienda nada de sus hijos**", se queja Yolanda Villajos, la *lolita* de 25 años. Alessandra, una *emo* de 14, cuenta que en su colegio "de monjas" la sientan en misa en la última fila.

Lo único que comparten las tribus "es la manera en que son percibidas por la sociedad: como un estereotipo que asusta y al mismo tiempo atrae", explica el antropólogo Carles Feixa.

Ante ellos, la sociedad pasa del miedo, en épocas de crisis, a la fascinación, en las de bienestar: "En el fondo, las culturas juveniles nos hablan de nosotros, de nuestros propios demonios familiares. Ya decía José Luis Aranguren que la juventud retrata siempre, con trazos fuertes, a la sociedad, quien no acostumbra a sentirse cómoda ante este retrato", añade.

"Tienen prejuicios, por no haber reflexionado sobre el tema. Se dice, por ejemplo, que los jóvenes siempre bebieron alcohol, pero hoy están bebiendo cantidades mucho más peligrosas, según la Organización Mundial de la Salud", asegura Fernando Gil, profesor de Sociología de la Universidad de Salamanca que acaba de publicar el libro *Juventud a la deriva*. Gil insiste en que **los jóvenes han perdido las referencias clásicas (familia, política y religión): "Ya nadie sabe dónde comienza y dónde acaba la juventud"**.

"Hay culturas de toda clase y condición, tanta fragmentación que es dudoso establecer un mapa coherente de las subculturas juveniles", añade Gil. Los **raperos** están bajo la etiqueta de la cultura **hip-hop**, se les distinguirá por su ropa ancha y sus pantalones caídos. Pero los que bailan son **b-boys**; los que pintan, **grafiteros**, y los que cantan, **MC**.

Las bandas latinas usan esta estética. Los **raperos** más jóvenes han renegado del **rap** estadounidense. Muchos **skaters** (los del monopatín) han tenido también este aspecto, pero ahora son más **punk**. También hay muchos **emos** que andan en **skate**. **Pokers** es como se llama ahora a los **bakaladeros** (les gusta el **chunta, chunta** y les pirran los chándal y los coches **tuneados**). Se pueden confundir con lo que en Cantabria llaman **canis**, que en el sur también les gusta Camarón...

J. A. AUNIÓN

Publicado en El País de Madrid el 18/08/2008