

Comunicación y juventud: para la construcción de identidad desde lo estético

Jhoselin Astrid Guerrero Moreno

Asesora:

Laura Aristizábal Jaramillo

Trabajo de Grado para obtener el título de:

Comunicadora Social y Periodista

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA SECCIONAL URABÁ

FACULTAD DE COMUNICACIONES

APARTADÓ- ANTIOQUIA

2019

Dedicado a todos los que un día creyeron

En lo imposible.

Tengo muchas personas a las que agradecer, a mi madre, padre y hermanas; a mis amigas Lina, Rossy y Zulay porque siempre estuvieron cuando lo necesité y a mi más fiel amiga Daniela, que siempre creyó en que podía lograr lo que me propusiera; a mi compañero sentimental José, quien fue mi mayor fortaleza y apoyo en momentos de angustia.

Pero sobretodo, agradezco a Jehová Dios quien me mantuvo en pie y no me permitió desfallecer.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, da cuenta de las practicas comunicativas que desarrollan el grupo juvenil *los del Gueto 3,5,7 hasta la muerte* del barrio el Oasis del municipio de Carepa, para la construcción de su criterio identitario a partir de la estética de los implicados; el principal objetivo fue identificar los elementos comunicativos que promueven en los espacios que comparten, por tal motivo se examinó las relaciones que establecen y se analizó los elementos comunes por los que adoptan su aspecto estético.

Gracias a esta investigación se pudo determinar que el componente comunicativo, musical y las tendencias estilísticas de la moda juegan un papel fundamental en las relaciones de los implicados, ya que estos elementos hacen parte de sus bases identitarias además de representar la principal motivación y conexión para los involucrados.

El desarrollo de este estudio se transformó en una experiencia significativa para el tema social de los colectivos juveniles ya que representa un acercamiento a la realidad de los sujetos, debido a los temas de marginalidad y violencia en que se encuentran involucradas algunas pandillas consolidadas en el espacio municipal.

PALABRAS CLAVES

Comunicación, juventud, identidad, estética.

ABSTRACT

The present work of investigation, gives account of the communicative practices that develop the youthful group those of the Ghetto 3,5,7 until the death of the neighborhood the Oasis of the municipality of Carepa, for the construction of its identity criterion starting from the aesthetics of those involved; The main objective was to identify the communicative elements that are promoted in the spaces they share, for this reason the relationships established and analyzed the common elements by which they adopt their aesthetic aspect.

Thanks to this research it was possible to determine that the communicative, musical component and the stylistic tendencies of fashion play a fundamental role in the relations of those involved, since these elements are part of their identity bases as well as representing the main motivation and connection for those involved.

The development of this study became a significant experience for the social issue of the youth collectives as it represents an approach to the reality of the subjects, due to the issues of marginality and violence in which some consolidated gangs are involved in the space municipal.

KEY WORDS

Communication, youth, identity, aesthetics

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	8
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	10
2.1. Pregunta problematizadora.....	13
3. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	13
3.1. Objetivo general.....	13
3.2. Objetivos específicos.....	13
4. SUSTENTO TEÓRICO	14
4.1. Antecedentes	14
4.2. Marco Conceptual.....	16
4.2.1. Grupo Juvenil.....	16
4.2.2. Prácticas comunicativas.....	17
4.2.3. Estética.....	19
4.2.4. Identidad.....	20
5. METODOLOGÍA	22

5.1. Herramientas de Análisis.....	24
6. RESULTADOS Y DISCUSIONES	25
7. CONCLUSIONES	37
8. REFERENCIAS	40
9. APENDICE	422

1. INTRODUCCIÓN

La forma de comunicación entre los seres humanos ha tenido cambios drásticos en la sociedad que vive en constante evolución esto ha permitido que las relaciones crezcan, haya unidad y se originen nuevos grupos de personas que se identifican o comparten rasgos característicos presentes en su forma de pensar y afrontar la realidad.

En esta investigación, se presenta un proceso de interacción con los jóvenes del grupo *Los del Gueto 3,5,7, hasta la muerte*, ubicados en el barrio Oasis del municipio de Carepa; el propósito fundamental del estudio es identificar las practicas comunicativas originadas en la estética de los implicados, ya que estos en el compartir de su cotidianidad desarrollan formas de expresión que en conjunto implican características de diferenciación social.

Por tales motivos, los objetivos que direccionan el desarrollo de este ejercicio investigativo se basan en el compilar información necesaria para la construcción de planteamientos que den respuesta a la manera como estos sujetos establecen asociaciones para el desarrollo de su identidad y determinar los elementos comunes que los han llevado a adoptar su aspecto estético.

El estudio se plantea en la investigación con carácter cualitativo sobre el cual Guerrero (2016), expresa que este enfoque “Se centra en comprender y profundizar los fenómenos, analizándolos desde el punto de vista de los participantes en su ambiente y en relación con los aspectos que lo rodean” (p.2). Se toma esta metodología, pues se considera como la más apropiada para permitir que grupo juvenil evidencie su realidad y no sientan amenazada su identidad, gracias a esto presentan una soltura de datos en la interacción que la investigadora sostiene en el compartir de su cotidianidad. La recolección de la información se originó de forma externa; es decir, la investigadora es un observador no participativo, con el fin de no ejercer influencia en la forma como los sujetos desarrollan sus relaciones y comportamientos grupales.

Como resultado, este proceso de investigación deja claro que las relaciones comunicativas son el motor de la colectividad, esta categoría es la base de los vínculos afectivos que los sujetos desarrollan como lazos fraternales con sus iguales, además, adoptan en su lenguaje cambios sintácticos que les permiten reforzar las interacciones existentes. Sin dejar a un lado el concepto de música, el cual se convierte en un elemento clave en los orígenes de su identidad y en la manera simbólica como se representan. Todos estos aspectos se ven influenciados por el concepto que predomina en el grupo la “originalidad”, tomado como un todo integrador ya que en este giran los objetivos que consolidan al grupo, estos sujetos buscan marcar la diferencia en todas las acciones de su vida y en las relaciones con quienes los rodean.

El objetivo de hallar los procesos comunicativos de este grupo juvenil, tiene lugar en las diversas características estéticas atrayentes que representan a esta colectividad, debido a que estos elementos han llevado a un reconocimiento social por ser objeto del dominio industrial de la moda, lo que ha traído como consecuencia un tipo de estigmatización por parte de la población ya que otras pandillas también han adoptado características similares y éstas en muchos casos están involucradas con el tema de marginalidad y violencia; debido a esto todos los grupos que compartan similitudes estéticas se ven inmersos en esta caracterización negativa. Por ello, se considera prudente analizar los diversos rasgos en que establecen sus relaciones los jóvenes de la colectividad 3,5,7, *hasta la muerte*.

En conclusión, el presente estudio establece una mirada amplia en la comprensión de las juventudes, la forma como se relacionan, los motivos que forjan su manera identitaria de representación y los recursos en que consolidan la estética que adoptan en conjunto.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

Las relaciones establecidas por los seres humanos se basan principalmente en la comunicación; sin esta herramienta clave dotada de múltiples formas de expresión, los sujetos serían incapaces de construir interacciones exitosas. Valencia y Magallanes (2015) afirman que: “La comunicación es un elemento clave para la materialización de formas de vida y sociedad. Expresa y facilita maneras otras de vivir en comunidad y de relacionarse con la naturaleza; mantiene lazos y reafirma o construye comunidad” (p.21). En este sentido la comunicación es muy importante para las relaciones humanas y para la juventud actual, ya que estos han encontrado nuevas formas de comunicarse entre sí, no solo se limitan con la forma cotidiana de interactuar con un receptor, sino que van más allá, creando ellos mismos nuevos modelos de interacción. German Muñoz (2007) afirma:

Se puede constatar que las formas de comunicación instauradas por la llamada ‘sociedad de control’ (o la ‘sociedad informacional’), participan en la construcción de determinadas subjetividades individuales y colectivas contemporáneas. Esto sucede mientras amplias minorías y nuevos colectivos juveniles buscan sobrevivir en un mundo globalizado, gracias a su capacidad de expresar, fortalecer, legitimar, posicionar, reconstruir y crear discursos y culturas propias; otras formas de comunidad (p.4).

Lo mencionado por Muñoz, evidencia el grado de capacidad comunicativa y la manera en que el joven contemporáneo asimila su realidad, en estos colectivos existe una manera de expresar y ver el mundo por lo tanto debe existir unos mecanismos de comunicación en el estén todos incluidos y comprendan los mensajes que se transmiten.

Elementos como el vestuario, tienen un gran referente simbólico y comunicativo desde un punto de vista estético, pues la forma en que las comunidades se visten pueden generar distintas interpretaciones simbólicas y contener una carga de mensajes que pueden ser mal interpretados; es decir, en muchos casos esta imagen se presta para caracterizar y/o discriminar a la persona por la primera impresión que esta refleje.

La estética no solo se trata de lo que se percibe como bello, está tiene un objeto, Dufrenne (citado por Mandoki., 2006) expresa que “pasa del fetichismo de lo bello al del objeto estético, al que atribuye la capacidad humana de percepción, gozo, evaluación de la belleza, emotividad, expresión, sensibilidad y sensualidad” (p.16) . En otras palabras, la estética no solo se basa en el aspecto físico, este concepto cuenta con una amplia gama de significados y significantes, que pueden servir como elementos para quien lo emplea.

La identidad del ser en cuestión, también es un elemento relevante en la representación que el sujeto manifieste mediante su estética, debido a que esto se convierte en motivo de unión para los jóvenes que se identifican con ideales o gustos semejantes, transformando tal factor como diferenciador ante el resto de la población. Reguillo (2000) afirma:

El atuendo, además de permitir la expresión libre del cuerpo, dramatiza algunas de las creencias fundamentales de la identidad de la que hacen parte y, al igual que sucede en otras expresiones juveniles, la estética de los raztecas es producto de mezclas, préstamos, intercambios, que resignifican en una solución de continuidad, la contradicción. (p.130)

Las identidades juveniles, son adscripciones¹ generales que los jóvenes hacen a una propuesta de identidad, estos procesos socioculturales que ellos adoptan lo realizan de manera presencial o simbólica, de tal forma que asumen los discursos, prácticas y estética a la que se someterán por voluntad propia y criterio de identidad (Reguillo,2000). Por tal motivo, los sujetos al sentirse identificados con las propuestas se adscriben a ellas y a todos los aspectos que estas conllevan.

La región de Urabá, además de ser una zona rica en biodiversidad ambiental, también lo es en lo pluricultural de su población. Al golfo llegan visitantes de diversas zonas del país y del mundo; por ello, se ve influenciado por múltiples culturas; a esto se le conoce como “sincretismo cultural”, ya que es un proceso de interacción entre culturas mediante el cual estas asimilan los rasgos más significativos de una y otra. Se entremezclan las culturas dando origen a manifestaciones culturales nuevas (Espinosa & Gilyam,2012; p,4). La juventud no se han quedado atrás de esta mezcla cultural. Estos sujetos han adoptado mancomunadamente un estilo propio y se han hecho

¹ Adscripción: realizar una inscripción, sumar algo, incorporar a alguien en una entidad.

reconocibles en toda la región, ya que comparten rasgos en su vestuario y forma de expresión por ende se han convertido en una identidad juvenil.

Este grupo, nombrados como *Los chicos del Gueto* adoptan distintos renombres, algunos utilizan seudónimos para ser conocidos fácilmente; además, las prácticas comunicativas de estos, deben cumplir una parte fundamental en las relaciones que establecen, ya que tienen formas especiales para transmitir los mensajes entre ellos, tienen un aspecto estético en común, asunto que debe tener una razón y un medio comunicativo para este acuerdo. La forma en que llevan el cabello tanto hombres como mujeres es parecido, y las expresiones en su dialecto son códigos que solo los integrantes de este agrupamiento juvenil comprenden. Ellos se subdividen en distintos grupos, algunos por barrio, otros por municipio; cuando estos grupos se reúnen en los denominados PICKUP² se agreden mutuamente a tal punto de que solo detienen la riña cuando algún integrante es asesinado brutalmente o llegan las autoridades a controlar los desórdenes públicos; además, están asociadas al *pandillerismo*, por ende, la población se encuentra muy prevenida y temerosa frente a estos sujetos, Teleantioquia Noticias (2019), afirma la preocupación constante por las muertes violentas de jóvenes menores de 25 años en la región de Urabá, ya que las estadísticas muestran que en el año 2018 ocurrieron 319 asesinatos: 165 en la zona urbana y 154 en áreas rurales (Teleantioquia Noticias, 2019).

El planteamiento que Reguillo (2000) realiza a la sociedad del consumo y cómo estas se aprovechan de las juventudes es muy relevante en esta investigación, ella afirma:

Las prácticas como el lenguaje, los rituales de consumo cultural, las marcas de vestuario, al presentarse como diferentes y, en muchos casos como atentatorias del orden establecido, han llevado a planearlas como “evidencias” incuestionables del contenido liberador *a priori* de las culturas juveniles.(p.33)

² PICKUP : Este término se refiere a unas bocinas de más de dos metros de altas y cinco de ancha, donde los Disc-Jockey mezcla todo tipo de ritmos musicales para la multitud enardecidas que los rodea. Por lo general cada una de estos gigantes equipos tiene su propio nombre y Jingle publicitario.

Por ello, es relevante esta investigación, pues se plantea indagar la serie de características estéticas y prácticas comunicativas propias o externas empleadas por los integrantes del grupo juvenil autodenominado *Los del Gueto 3,5,7 hasta la muerte* en el Barrio El Oasis del municipio de Carepa. Por los motivos antes dichos, la pregunta que propone ser guía en el desarrollo del proyecto será:

2.1. Pregunta problematizadora

¿Qué prácticas comunicativas se presentan en el grupo juvenil *los del Gueto 3,5,7 hasta la muerte*, para la construcción de su identidad en el barrio el Oasis del municipio de Carepa, Antioquia?

3. OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1. Objetivo general

- Identificar las prácticas comunicativas que se presentan en los elementos estéticos del grupo juvenil *Los del Gueto 3, 5, 7 hasta la muerte*, para la construcción de su identidad en el barrio El Oasis del municipio de Carepa.

3.2. Objetivos específicos

- Indagar sobre las asociaciones que tienen los jóvenes del grupo *Los del Gueto 3, 5,7 hasta la muerte* del barrio Oasis en la construcción de identidad a partir de la estética.
- Analizar los elementos comunes que han llevado al grupo juvenil *Los del Gueto 3, 5, 7 hasta la muerte* a adoptar su aspecto estético.

4. SUSTENTO TEÓRICO

4.1. Antecedentes

En la formulación de este proyecto se hallaron trabajos y artículos con temas semejantes o bajo el mismo hilo conductual de lo que se abordó; son los siguientes y se espera que puedan aportar a la construcción de este tema de investigación social.

Laffaye, Guillermo Jorge; Revista sociológica de pensamiento crítico, (2011). Este autor en su artículo “La relación social en la experiencia estética”, analiza por medio de varios teóricos como Schütz, quien estudia el origen de las relaciones sociales y los tipos de vínculos a los que se somete el ser para lograr las relaciones con una sociedad; al igual que le da un lugar a las nociones de Jacobo Kogan, quien argumenta o da claridad a la relación con lo estético y lo expresivo. Tomando varios puntos de vista, Laffaye hace un contraste sobre el papel de lo estético en la vida cotidiana del sujeto en relación con la sociedad en que habita.

Esta investigación fue útil para el estudio que se adelanta, gracias a que brindó bases teóricas para la construcción del concepto estético, lo cual permitió que la investigadora hallará claridad y tomará recursos de lo que plantea el autor Laffaye en este artículo.

Scandroglio, B; López y San José, M. Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa, (2008). Esta investigación llamada “Pandillas”: Grupos Juveniles y Conductas Desviadas; desarrolla un tema clave para el proyecto, pues enfatizan en los comportamientos violentos de diferentes grupos juveniles planteando el término “cultura de violencia”, ya que los jóvenes han formado subculturas que carecen de distintas ideologías y carácter estético, además de tratar de entender y hallar soluciones, este grupo de investigadores realiza un acercamiento a la entera comunidad de jóvenes con propuestas de intervención social.

El planteamiento de estos autores, sirvió como referente teórico para el desarrollo del concepto grupos juveniles expuesto en la consolidación de la investigación, además de brindar una mirada clave a la investigadora para la idealización del comportamiento de estos colectivos lo cual permitió que se tuviera conocimiento previo del tema a estudiar.

Garcés Montoya, Ángela. Revista ANAGRAMAS,(2003). En su trabajo investigativo llamado *Identidad Fragmentada, Identidad Pre-formativa: del Estilo a las Culturas Juveniles*. La autora analiza las culturas juveniles en el territorio nacional y en la ciudad de Medellín, también plantea como la música ha jugado un papel fundamental en la construcción de identidad de los jóvenes, además trata de reconocer las causas que han llevado a la conformación de las organizaciones juveniles y los distribuye según los espacios en los que se agrupan. El desarrollo de estos temas y la explicación, además de la conclusión que realiza la autora fue parte fundamental para la guía de la presente investigación.

Cabe señalar que lo planteado por Garcés, aportó en la manera metodológica y teórica a la consolidación del presente estudio, gracias a este planteamiento la investigadora tuvo una mirada cercana al fenómeno concreto de tal forma logró compilar de manera practica la información, sin mencionar que esta investigación reforzó los hallazgos obtenidos en análisis de la información.

Velásquez Pérez, Argiro, (2007). En su trabajo, *Lenguaje e Identidad en los Adolescentes de Hoy*, este autor plantea cómo por medio del lenguaje y los mecanismos de comunicación los jóvenes consolidan su identidad personal y social, de tal manera que permite a estos sujetos diferenciarse del resto de la sociedad que habita a su alrededor; además, menciona que esta identidad debe ser reconocida por los entes externos ya que es una construcción subjetiva de la persona o del grupo social.

Esta investigación desarrollada por el autor Velásquez, fue una a las que más recurrió la investigadora, ya que brindó planteamientos claves y concretos a los conceptos que surgieron en la argumentación de las bases conceptuales; también, fue útil para la construcción del resultado escrito brindando una guía a la consolidación pertinente del mismo.

Rosenfeld Ytier, Karen, (2005). En su trabajo de investigación, *Identidad y posición social en grupos juveniles; diversidad en hiphoperos y hiphoperas*, está autora menciona que las relaciones con la comunidad y los mensajes que se transmiten pueden estar muchas veces influenciadas por las estigmatizaciones que se le atañe a un grupo de jóvenes o se les tilda sin conocer de antemano como son los seres en relación, simplemente estos adjetivos son atribuidos por los hechos violentos o de represión a las leyes en los que algunas veces tienen participación estos sujetos. Esta

investigación fue una de las más importantes para el seguimiento del presente estudio, pues la autora analiza minuciosamente las características de las identidades juveniles, como se desglosan en culturas juveniles y los comportamientos que estos adoptan frente a la sociedad que nos los acepta ni comprende, que en cierto modo es uno de los mayores problemas de la identidad juvenil *Los del Gueto*.

La similitud del tema investigativo de este estudio al que se planteó fue una de las tantas características que sirvió de guía para la investigadora; esta conceptualización de la información fundada por la autora Rosenfeld aportó tanto en la construcción conceptual como en la metodológica, ya que los hallazgos y el análisis de la información de esta investigación fue una de las bases específicas a las que se recurrió para reforzar lo inferido en la construcción de resultados.

4.2.Marco Conceptual

En la construcción de este proyecto de investigación se tomaron como punto de partida los siguientes conceptos que serán argumentados por los conceptos de algunos autores, quienes le darán validez a la investigación que se pretende desarrollar.

4.2.1. Grupo Juvenil

Este concepto hace referencia a “la reunión de varios jóvenes que no supone organicidad, cuyo sentido está dado por las condiciones de espacio y tiempo” (Reguillo, 2000, p.26). El concepto de grupo juvenil es tomado por la investigadora Reguillo, como una congregación de jóvenes que no está prevista, sino que se presenta de manera espontánea por los implicados.

“La pertenencia a un grupo se hace necesaria tras la búsqueda de apoyo comprensión y afecto. Los y las jóvenes se agrupan por una necesidad vital, (...) en torno a intereses y espacios comunes, sin importar el número ni lugar” (Rosenfeld, 2005, p.25) estos sujetos buscan establecer vínculos con seres semejantes y en este compartir mutuo van desarrollando una convivencia que desencadena sentimientos afectuosos por el otro.

La grupalidad desde esta mirada reivindica la existencia y la lectura de los órdenes sociales elaborados a su interior, no son más que expresión del deseo por participar de un mundo de una forma particular y articulada, pero desde sus propias perspectivas y con sus propias ideas tomadas y reconstruidas del propio mundo institucional del que hacen parte. (Vélez, 2009, p.25).

En otras palabras, el joven busca encajar de alguna manera en la sociedad que los rodea, proponiendo nuevas formas para ser reconocidos ante el mundo, lo que permite para estos sujetos la creación de relaciones que vayan de acuerdo con sus pensamientos, acciones y manera de ver la vida.

Las agrupaciones juveniles, aunque no requieren una organicidad completa, tiene maneras de comunicarse o transmitir los mensajes a los integrantes de la organización, es decir, desarrollan prácticas comunicativas que además de ser la herramienta clave para las relaciones, aportan a la construcción y consolidación de la identidad individual y colectiva de los sujetos.

4.2.2. Prácticas comunicativas

Las practicas comunicativas tienen como base fundamental la relaciones entre los sujetos y la forma como interactuan estos con quienes lo rodean, no se basa principalmente en los dialogos que sostienen los seres, sino más bien, en las distintas formas que emplean estos para expresar y comprender el mundo que los rodea. Haciendo referencia a esta practica Valencia & Magallanes (2015) afirman que “Las prácticas comunicativas son expresiones cotidianas de conocimiento encarnado, estas posibilitan acciones para la vida, formas más humanas y sensatas de relacionarse con los demás con uno mismo y con la naturaleza”. Por tal motivo no debe quedarse en la mera comunicación, las acciones que representan interacción con el mundo se convierten en una práctica comunicativa eficaz y solemne para quien la emplea. También manifiestan que:

La comunicación es un elemento clave para la materialización de formas de vida y sociedad. Expresa y facilita otras maneras de vivir en comunidad y de relacionarse con la naturaleza; mantiene lazos y reafirma o construye comunidad; establece y engrana dinámicamente sistemas organizativos; conduce y permite visibilizar y negociar disensos; está en la base de la interacción intercultural; posibilita la permanencia de la memoria y la transmisión de legados y lenguajes;

construye nuevos saberes que permiten enfrentar la precariedad o lo impredecible de la vida. (Valencia & Magallanes,2015)

Siendo la comunicación la base de la sociedad es importante comprender las ramas que se desprenden de esta; “todo comunica” es la frase que mejor representa este concepto y lo reafirma el autor Vélez (2009) al decir:

Comunicatividad, como cualidad, condición del ser en los grupos *humanos* (humanos-urbanos). Comunicación que emerge de las configuraciones especiales de las pequeñas colectividades, de sus bestiarios particulares o proyecciones de hadas, duendes y fantasmas en imágenes, que se construirán en su discurso del mundo. (p.3)

Lo anteriormente planteado evidencia el grado comunicativo que tienen todo lo que representa a un sujeto como ser humano, desde el discurso que hace alusión a la interiorización de cada persona, sus convicciones, su manera estética de representación, hasta manera en que desenvuelve las relaciones sociales con quien lo rodea, todo esto tiene una carga dialéctica importante que debe ser tenida en cuenta a la hora de realizar un estudio social.

La industria cibernética, está incluida de igual manera en las múltiples formas de interactuar con el otro, estas tecnologías han avanzado paulatinamente y han permitido el desarrollo de relaciones interconectadas por medio de aparatos electrónicos, estos crean interacción entre los sujetos, proponiendo de tal manera nuevas formas de comunicación eficaz, que puede ser de utilidad para los distintos grupos juveniles o formas organizativas comunes. Muñoz (2007) afirma:

Se podría trazar una línea divisoria entre las tecnologías anteriores a la internet (1990), es decir los medios masivos de comunicación (radio, cine, teléfono y televisión) y los que hoy se entienden como TIC: computador portátil, PDA, celular, Ipod... Estos últimos tienen en común el uso de convergencias mediáticas pantallizadas y la conformación de redes que mueven grandes paquetes de información digitalizada a alta velocidad. Para nuestro objeto de interés –la comunicación– resultan importante sus potencialidades de interacción. Estamos entendiendo la tecnología como una mediación comunicativa. Los artefactos en sí mismos, es decir, los medios, sólo son transmisores, canales. Y en consecuencia, crean lo que Feixa, llama sensación de compañía en el espacio virtual (p.11).

Las prácticas comunicativas son esenciales en la conformación de todo grupo y excepcionalmente en el que se pretende trabajar; pues, es necesario tener un sistema de comunicación funcional para que todos los integrantes de la organización entiendan el sentido que los consolida, además, sus representaciones estéticas deben contener una serie de mensajes o contenido simbólico para los implicados y basado en los planteamientos de los autores, existe una larga trama comunicacional para emplear en el estudio de esta población.

4.2.3. Estética

Cuando se habla de estética no simplemente está relacionado al concepto de belleza, está tiene unas implicaciones sintácticas, semiológicas y significativas que van más allá de lo meramente físico. Gourhan (citado por Suarez, 2011) argumenta que la estética abarca un terreno mayor de fenómenos sociales, colectivos e individuales que permite la inserción del individuo a una comunidad, con una particular manera de relacionarse y comprender el mundo.

Autores notables como John Dewey aluden a este concepto como base en las relaciones naturales de los hombres, analiza este término desde una perspectiva de la experiencia, donde a partir de sus vivencias el sujeto puede discernir entre lo que para él es bello o menos bello, por ende, cada ser tiene un concepto que gradúa la belleza individual según sean sus convicciones (Montenegro, 2014, p.97).

Por otra parte, Santaya (2006) se refiere a la estética como una expresión puramente sensible del ser y no simplemente a la percepción vacía que tiene la sociedad sobre este referente. Esta afirmación permite reforzar y volver a lo que plantea Dewey (citado por Montenegro, 2014, p.96) al decir que “La estética se encuentra al interior del individuo, en la mente”. Aunque para muchos sujetos la estética no es más que una banalidad del ser humano, estos autores argumentan que este concepto tiene una implicación simbólica presente en el ser cognitivo de cada sujeto.

La estética va más allá de la expresión física o la manera ornamental en que un sujeto se presenta ante la sociedad, este concepto simboliza la forma en que los sujetos ven el mundo y tiene implicaciones en las creencias o identidad propia de cada personaje. Santamaría (citado por Suarez,

2011) argumenta que el nivel comunicativo de la estética está inmerso en el registro inagotable e intangible de la cultura material, entendida esta como materialización de los comportamientos de los sujetos, y el reflejo de cómo ven y viven el mundo.

Cabe añadir lo que menciona la investigadora Velásquez, al mencionar que en la estética grupal se presenta un tipo de *Corporeismo* y atañe a la manera en cómo se presenta el sujeto en unidad para reafirmar su forma de pensamiento.

Corporeismo, un especial énfasis en el cuerpo como lugar de verificación más que en el pensamiento (Mejía, 2006) y como lugar de afirmación de la vida personal y grupal (...) surge una estética corporal especial esto es: tatuajes, piercings, aretes, maquillajes, ropa como signo de identidad (Velásquez, Argiro, 2007; p. 16).

Estos planteamientos reafirman que la estética tiene una carga comunicativa significativa para el sujeto, la forma en que utiliza cierto tipo de indumentaria manifiesta la manera en que este piensa y que los motivos en que gira su vida.

4.2.4. Identidad

La identidad de un sujeto se basa en un proceso de identificación o diferenciación de sus pensamientos ante el mundo, poniendo de tal forma un sello personal o llevado por el compartir de ideales a seguir los criterios que para el este agraciado con su persona.

Delgado (Citado por Garcés, Tamayo & Medina, 2006, p.13) afirman sobre este concepto que:

Los grupos- como los propios individuos que lo conforman, intentan evidenciar un conjunto de rasgos que les permitan considerarse distintos, es decir: su identidad. Estas proclamaciones recurrentes sobre la identidad contrastan con la fragilidad frecuente de todo lo que soporta la hace posible. Un grupo humano no se diferencia de los demás porque tenga unos rasgos culturales particulares, sino que adopta unos rasgos culturales singulares porque previamente ha optado por diferenciarse.

El ser diferente o tener ciertos rasgos de autenticidad es un criterio que va de la mano con la humanidad de cada sujeto, ya que esto repercute en la añoranza que muchos tienen de ser reconocidos socialmente y al estar en un grupo que en su discurso ideológico fundamente esta característica, se sentirá atraído a ser parte de la organización. Rosenfeld, (2005) afirma:

La identidad de un grupo se conforma a partir de o consiste en el discurso o interpretación de la realidad, y los rasgos externos que lo caracterizan. Lo relevante es que la identidad no solo se determina por los elementos visibles, sino que tiene mayor relación con los discursos que les dan sentido a estos, lo que piensan los y las jóvenes sobre sí mismos y lo que los rodea, las representaciones sociales que construyen o adoptan. (p.35).

Los ideales y la forma como estos llegan a socavar el pensamiento del sujeto son primordiales en la construcción de identidad grupal, y aún más ejercen influencia en la juventud al ser una etapa de poca madurez, donde los sujetos están en busca de su representación social. Velásquez (2007) afirma:

Primero hay identificación y luego identidad, proceso que se da con más intensidad en la adolescencia que en la niñez. Y debe darse a su vez como condición para la construcción de identidad, un reconocimiento de sí mismo como poseedor de subjetividad y a la par un reconocimiento de subjetividad en los otros y así podrá acceder a una identidad (p.95).

En conclusión, para que exista una identidad grupal, todos los integrantes del colectivo deben estar en unión con los conceptos ideológicos e identitarios que comparten, además de establecer relaciones amenas entre los implicados.

5. METODOLOGÍA

Este proyecto se desarrolló bajo la mirada de una investigación con carácter cualitativo, sobre el cual Guerrero (2016) argumenta:

La Investigación Cualitativa es utilizada generalmente en el análisis de las Ciencias Sociales, siendo un proceso metodológico que utiliza como herramientas a las palabras, texto, discurso, dibujos, gráfico e imágenes (datos cualitativos) para comprender la vida social por medio de significados, desde una visión holística, es decir que trata de comprender el conjunto de cualidades que al relacionarse producen un fenómeno determinado. (p.2).

Este modelo de investigación permitió el acercamiento, caracterización de los sujetos y del fenómeno social en que se fundamentó el proyecto. De esta manera, los implicados en el estudio fueron exclusivamente los integrantes del grupo juvenil *Los del Gueto, 3,5,7, hasta la muerte*, del barrio Oasis en el municipio de Carepa.

Tuvó un alcance exploratorio en el que de manera general se pretendía aproximarse a la realidad que viven los sujetos, Hernández, Fernández & Baptista (2010) argumentan que se realizan cuando el objetivo es examinar un tema problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Aunque este fenómeno respecto al grupo *3,5,7 hasta la muerte* en particular no había sido abordado, sí existían planteamientos generales sobre otros grupos juveniles, lo que permitió que la investigadora siguiera estos planteamientos como guías para generar resultados en el estudio.

Por ser un alcance un tanto flexible (a diferencia del descriptivo, correlacional y explicativo) permitió llegar a la información se deseaba obtener, la investigadora se basó en la experiencia de los integrantes, tomando como punto de partida la relación diaria que estos establecen en el contexto social en que viven, la manera en que se presentan estéticamente y las prácticas comunicativas que estos sujetos desarrollan en unidad. Forjar lazos con el grupo al que se pretendía llegar, fue un elemento clave para explorar el fenómeno social, analizar las actitudes o comportamientos de estos en su medio natural le dio claridad a la investigación.

La investigadora, tomó elementos del diseño metodológico Etnográfico, pues al ser tan cercano al trato con la comunidad y sus distintas formas de agrupamiento se planteó la pertinencia con sus

herramientas de recolección de la información para el estudio que se intentaba desarrollar ya que según Patton, McLeod & Thomson (citado por Hernández et al, 2010) este diseño pretende describir y analizar ideas, creencias, significados, conocimientos y prácticas de grupos, culturas y comunidades; en otras palabras, la etnografía busca las interacciones culturales de los seres y las analiza de manera que el investigador logre comprender estas manifestaciones, situación que va en concordancia con el objetivo de la investigación.

Para garantizar el éxito del trabajo, la investigadora implemento técnicas de recolección de la información como la observación no participativa, utilizó esto como un mecanismo facilitador en la muestra de las relaciones de los sujetos del grupo juvenil, permitiendo evidenciar la manera de comunicación y la muestra de su visión de la realidad. Los resultados fueron concretos pues al ser un ente externo, los integrantes de la organización actuaron de manera natural sin ejercer presión en su comportamiento.

Cabe señalar lo que Guerrero (2016) menciona “La observación tiene como procedimiento un carácter selectivo y su finalidad es obtener información de un tema en específico, lo que implica que se debe tener una idea de lo que se va a observar” (p.6). El conocimiento previo que tenía la investigadora sobre el tema de estudio fue clave para esté, ya que permitió un desarrollo en la búsqueda de la información con tranquilidad, debido a que la zona en que se ubicaban los implicados se caracteriza por ser insegura.

También se utilizó la entrevista semiestructurada como método de recolección de la información, esta fue la herramienta precisa para el hallazgo de los objetivos, permitió realizar un acercamiento concienzudo de la forma como pensaban estos sujetos y como veían su realidad, además, de que reconocieran por ellos mismos su criterio de identidad y la manera como eran tomados por la sociedad. De tal manera que se obtuvo un planteamiento general del fenómeno social, gracias a la comunicación amena que se sostuvo con los personajes donde narraron su experiencia, de tal forma que estos no se sintieron presionados y permitieron que se dispusiera de la información necesaria.

Para el análisis de la información, la investigadora determinó categorías compiladas de la información obtenida gracias a las técnicas de recolección de la información, se obtuvo de igual

manera una triangulación de los datos gracias a los diversos puntos de vista y experiencias significativas del fenómeno planteado, de tal manera se forjó unos criterios analíticos basados en la realidad y por ende una estructura básica de hallazgos fundada en argumentos válidos.

HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

El análisis de la información partió de manera específica con la observación no participativa que fue recolectada por la investigadora en el transcurso del desarrollo del estudio, éstas se grabaron previamente y se tabularon como diarios de campo, donde se fijaba el lugar de encuentro diario del grupo, el nombre de los implicados y se detallaba con exactitud las conversaciones, actitudes, maneras de expresarse, que los implicados sostenían, y el momento del día en tenían sus reuniones, de igual forma se constató la manera en que estos se presentaban estéticamente al lugar de encuentro.

Con los diarios de campo antes mencionados, la investigadora realizó una clasificación de los conceptos que estos sujetos sostenían con mayor frecuencia en sus relaciones comunicativas, de tal manera que categorizó estos referentes y le dio lugar a la implementación de significados que eran transmitidos por medio de los comportamientos de los sujetos. El mismo procedimiento realizó con la entrevista semiestructurada, en el que convirtió a la grabadora periodística como su mejor aliada y tomo muestra clave en el desarrollo del método; luego, procedió a conceptualizar la información.

Por último, pero no menos importante la investigadora tomó todas las categorías de análisis que partieron de los temas que más se presentaron en el estudio y se comprobaron con bases teóricas, realizando de esta manera, una triangulación de los datos con el fin de tener bases creíbles y confiables de los resultados que arrojó la investigación.

Sobre este concepto O'Donoghue y Punch (2003) afirman que la triangulación es un método de comprobación cruzada a través de fuentes múltiples para buscar regularidades en los datos de investigación. Está fue una de las herramientas fundamentales para el análisis de la información, ya que le permitió al investigador tener una amplitud y profundidad en los datos recolectados.

Luego, la investigadora analizó cada dato recolectado, ya que todos tienen una carga valiosa para la consolidación de resultados, de tal forma se dedujo similitudes y diferencias con resto de información compilada. Los segmentos de la información fueron claves para determinar un orden en el análisis y posteriormente abrió el camino de la estructura conceptual las categorías.

Boejíe (citado por Hernández et al., 2010) argumenta que los resultados del análisis son síntesis de “alto orden” que emergen en la forma de descripciones, expresiones, temas, patrones, hipótesis y teoría. Esto fue lo que las categorías le permitieron plantear al investigador en la consolidación de la información, un orden establecido y desglosado basado en los temas claves y primordiales hallados en el análisis.

6. RESULTADOS Y DISCUSIONES

Este proyecto de investigación se realizó bajo la aprobación de un grupo de jóvenes llamados “*Los del Gueto 3, 5, 7 hasta la muerte*”, ubicados en el barrio el Oasis del municipio de Carepa; anteriormente se pretendía interactuar con el colectivo *Los 49* del barrio Los Chalés; sin embargo, se tomó la decisión de trabajar con los sujetos del barrio el Oasis, ya que tienen características organizativas que facilitaron el desarrollo del proceso investigativo.

Luego de realizar todo el proceso investigativo, surgieron cuatro categorías principales y una emergente, las cuales fueron: vínculos afectivos, relaciones comunicativas, la moda como principio general de guía estética, música como principio de unidad y la categoría emergente fue el sentido que le dan estos sujetos a la exclusividad.

Vínculos Afectivos

El grupo juvenil llamado *Los del Gueto 3, 5, 7, hasta la muerte*; está conformado por 15 chicos que oscilan en un rango de edad entre los 13 a 22 años, aún viven bajo el mismo techo que sus progenitores, tienen un nivel escolar bajo pues solo 5 de estos sujetos está terminando estudios en básica secundaria, el resto de los participantes se dedica a trabajar de manera independiente y espontánea. Cabe resaltar que todos comparten vínculos territoriales, pues residen en el mismo

barrio; la mayoría de los integrantes de este colectivo son sujetos con características afrodescendientes.

En la observación que realizó la investigadora, se evidenció que los lazos de unión de los jóvenes implicados en el colectivo van más allá de la amistad, estos sujetos se cuidan mutuamente como si todos hicieran parte de una gran familia, la expresión “*nito*”³ es frecuentemente utilizada en el lenguaje de los chicos, este significado comunicativo evidenció que al relacionarse cotidianamente se entablan relaciones humanas, protectoras y fraternales. “Este lenguaje de los jóvenes que se aleja de la lengua estándar, pero se basa en ella y construye rasgos distintivos de identidad, se nutre de fuentes como el parlache” (Velásquez, 2007, p.101). Estas palabras utilizadas, además de tener una carga simbólica y comunicativa, representan la identidad de los sujetos.

Las relaciones de estos sujetos que surgen desde la infancia permitieron que los integrantes del colectivo se conozcan a la perfección y exista un ambiente de familiaridad en sus encuentros matutinos. Estos vínculos que se fortalecen día a día y se convierte en relaciones de confianza más que un simple “estar juntos”, termina por ser un eje importante o primordial en la vida de estos sujetos, de ahí que las reuniones grupales se conviertan en una necesidad para estos.

Ah, para recochar a los feos, los cara pálida, a los bonitos, los raros, para des-estresarnos (...) nosotros estamos desde chinga juntos, de crianza, matando pajaritos, jugando a la una de la tarde en la placa, desenterrando yuca, este grupo es todo. (Nelson & Rafo, Entrevista grupal, 2018).

Los sujetos buscan estar en un grupo de personas donde se mantengan vínculos constantes y aunque no tengan un objeto específico de reunión, estos buscan algo nuevo para compartir, donde las relaciones se fortalecen con la sola compañía mutua y en el que priman las relaciones afectivas. Así lo afirman Margullis & Urresti (1998)

Ante la disolución de las masas, los sujetos se recuesten en las tribus, que son organizaciones fugaces, inmediatas, calientes, donde prima la proximidad y el contacto, la necesidad de juntarse,

³ Nito: expresión del parlache colombiano que significa “hermano”

sin tarea ni objetivo, por el solo hecho de estar (...) De allí la ausencia de fines, el peso de las motivaciones inmediatas, la vocación de no trascender ni expandirse, la urgencia auto protectora del mutuo cuidarse. (p.21).

Las relaciones, están vinculadas con el afecto entre los sujetos; tienen una característica fundamentalmente desarrollada en las practicas comunicativas (Valencia & Magallanes, 2015), este grupo maneja una continua interacción verbal entre los implicados sea o no de manera organizada ya que conocen a la perfección el lugar donde estarán reunidos sus iguales, eventualmente, al llegar al lugar comienza la travesía por un sinfín de significados gramaticales que en algunas ocasiones resultan de difícil comprensión para un ente externo. De tal manera que se torna relevante los aspectos comunicativos en las relaciones interpersonales que estos desarrollan.

El espacio adquiere valor en relación con el cuerpo, las mediaciones, la constitución de grupos que lo puntúan, el sentimiento de pertenencia, en función de una ética específica y en el marco de una red de comunicación... Y esta red de redes se constituye a diario a partir de recorridos que tienen nombre propio y que adquieren significados mediante claves propias no visibles para otros (Muñoz, 2007, p.13).

El asunto de la comunicación vinculada a los afectos, es según lo que plantea Weber el ‘estar juntos’ (citado por Muñoz, 2007), ya que estos sujetos en su interacción comparten sentimientos y habitan un territorio del cual se apropian, en el caso de *Los del Gueto 3,5,7 hasta la muerte* los espacios donde desarrollan sus reuniones se convierte en parte de su cotidianidad, al que recurren para hablar o “comadrear” y mantener unas relaciones de amistad verdadera, con quienes comparten habitualmente (Muñoz, 2007). En este sentido, el barrio un valor representativo para los sujetos, de tal manera lo manifiestan “Este es uno de los mejores barrios de Carepa, ¡por favor!” (Ranger, Entrevista grupal, 2018).

El municipio de Carepa está conformado por 26 barrios, de los cuales hay un aproximado de 6 pandillas reconocidas localizadas en distintas zonas territoriales, algunos de los jóvenes que conforman estos colectivos se han dejado llevar por la marginalidad, el consumo y expendio de drogas; por tal motivo, estos sujetos viven en constante conflicto y han originado fronteras invisibles entre los barrios donde habitan.

De tal forma, la violencia en el municipio se ha convertido en un tema habitual; los jóvenes ven la agresión física como un camino fácil a la solución de sus problemas, lo que ha generado múltiples muertes de chicos pertenecientes a los colectivos. Por estos motivos, los jóvenes del grupo 3, 5,7, *hasta la muerte*, mantienen lazos comunicativos que incluyan valores de respeto y tolerancia con los otros.

Pues nosotros nos relacionamos con todos, pero con los sanos con los peleones no; esperamos no tener riñas con nadie (...) Eso ya es bobada, pendejada, porque uno le pregunta que pelean y no responden y muchos se arrebatan bravos, no que porque te metiste en mi barrio como si eso fuera de ellos, que porque me miraste disque mal y todos son flojos corren para pelear, otros se creen malos y apenas ven una pistola ya están en Medellín. El tiempo que yo voy a desperdiciar peleando, me compro un pan y me lo como o me gano una plástica chapeando por ahí o me pongo a entrenar. (Rafo & Ranger, Entrevista grupal, 2018).

En conclusión, las relaciones interpersonales de los sujetos se manifiestan en la manera como desarrollan los lazos comunicativos con sus pares, de ahí la importancia de que estos vínculos tengan bases consolidadas y compartan entre ellos rasgos identitarios, esto se convierte en la principal vía para el desarrollo de su interacción, ya que de tal forma los sujetos mantendrán relaciones estables primadas en las relaciones comunicativas que manejen.

Relaciones Comunicativas

La comunicación en este grupo juvenil, tiene varios ejes que abordan las relaciones internas de la colectividad y otros elementos comunicativos que se presentan externamente. Para lograr comprender estas relaciones, hay que partir desde la raíz que da lugar al renombre de la colectividad, *Los del Gueto*.

El término Gueto se remonta en su concepción desde principios del siglo XII con las primeras comunidades de judíos que se vieron marginados y aislados del resto de la población Veneciana (Aramburu, 2000). De ahí, a lo largo de los años el término ha evolucionado hasta el presente siglo; adoptándose en distintas comunidades del mundo con distintas connotaciones, algunas no tan favorables. La población estadounidense adoptó este concepto a los barrios con personas

inmigrantes, también lo relacionan con marginalidad, violencia, drogadicción e infracción con las leyes establecidas socialmente. Pero la singularidad de este término recae en lo que Aramburu (2000) plantea:

Tanto o más importante que comprobar la presencia de cualquiera de los convencionales indicadores materiales del gueto (...) es ver qué papel juega ese imaginario en las relaciones que entablan los diferentes agentes sociales que interactúan en un espacio caracterizado como tal. (p.62).

Luego de contextualizar los orígenes del renombre del colectivo, es importante señalar que las características de esta población están fundamentadas en las relaciones que entablan entre ellos, básicamente la apropiación y auto denominación que realizan con el concepto de *Los del Gueto*, está argumentada por la apropiación del territorio o barrio donde establecen su cotidianidad, esto tiene validez en la caracterización de los vínculos afectivos anteriormente mencionados.

Por tales motivos, se infiere que las relaciones comunicativas de los implicados en el colectivo son estables, ya que internamente desarrollan un modelo comunicativo de manera dialógica, donde todos participan de manera espontánea en las conversaciones que establecen; esto gracias a las relaciones o vínculos estrechos que manejan como iguales.

La relación muchas veces se hace intrascendente. Sin duda hay acuerdo que se tramitan en la conversación, pero no hacen parte de deliberaciones argumentativas, sino más bien de dinámicas formas de encuentro (...) lo verdaderamente importante es sentir cerca al otro, hacer empatía (Muñoz, 2007, p. 5).

Es decir, estas manifestaciones comunicativas se dan como una conversación fluida e improvisada, en el que se evidencia el interés, respeto e importancia por el otro o la empatía mencionada por Muñoz que tienen los integrantes. La comunicación de estos sujetos se basa principalmente en la compañía que se brindan mutuamente y a diario estos sujetos, Muñoz, (2007) afirma: “El calor de la compañía define una identificación profunda con lazos sociales que tienen forma de red, en donde cada uno como ‘persona’ experimenta la vital necesidad de compartir lo que otros piensan o sienten como un nosotros” (p.5). La identidad juega un papel significativo en la comunicación, ya que el interés mancomunado por algo en específico, les permite mantener

relaciones sanas, donde comparten sus gustos continuamente de manera verbal haciendo uso del dialogo.

La comunicación, ha presentado a lo largo de los años, cambios drásticos y significativos; además, de las formas verbales, existen actualmente un sinnúmero de modalidades empleadas por los sujetos para interactuar entre sí; las redes sociales, representan un campo amplio para las relaciones humanas. Los jóvenes de la pandilla no dejan atrás la implementación de estas modalidades tecnológicas comunicativas.

La red social Facebook, es una de las aplicaciones más utilizada por los jóvenes, este es el medio fijo para contactarse entre sí y funciona como portador de su vida personal, cada personaje agrega su sello o deja un rasgo de identidad en este portal interactivo, que abre las puertas a la comunicación y relación con personas del ente externo, ya que “estas redes con su aparente frivolidad, mueven sentimientos y mentalidades, además de un sinnúmero del mundo cultural e identitario de los personajes” (Muñoz, 2007).

Aunque la era digital en la comunicación ha calado en la importancia de las interacciones entre los grupos sociales, en esta colectividad también se presentan múltiples formas en que desarrollan sus relaciones comunicativas entre estas se destaca la implementación del *parlache* como medio de comunicación entre los implicados del grupo juvenil ya que es frecuente en los diálogos que establecen, esta lengua estándar implementada por los sujetos brinda características simbólicas e identitarias de la manera como ven estos el mundo. Según Castañeda & Henao (citado por Velásquez, 2007), el parlache aparece en la década de los 80, como un dialecto social creado en las épocas del narcotráfico por la población juvenil de los barrios populares, quienes lo utilizaban como código para ocultar cosas que solo ellos pudieran saber.

En este sentido, la representación que le dan los sujetos del Grupo juvenil a la forma de comunicación que utilizan o la transferencia semántica otorgada a su lenguaje sucede cuando “las palabras adquieren nuevos significados, se usan en nuevos contextos diferentes al usado, o hay formas metafóricas de llamar los objetos” (Velásquez, 2007, p.101). Entre los sujetos del colectivo se comunican mensajes con palabras modificadas sintácticamente que con previo acuerdo y que por ser temas de dominio colectivo del grupo entrelazan en sus conversaciones, también lo

representan en las canciones que espontáneamente componen y a las que no les dan mucha importancia, pues no se consideran artistas, sino simples seguidores de lo que para ellos es arte (Entrevista grupal, 2018).

En otras palabras, el grupo juvenil recurre a múltiples formas en la consolidación de sus prácticas comunicativas lo que representa una relación basada en los vínculos afectivos y el desarrollo de valores en su personalidad, que les permite darle una importancia significativa a sus pares, de igual manera, se plantea con esta categoría que las características estéticas son producto de un acuerdo mutuo promovido entre los gustos identitarios de los implicados.

La moda, principio general de sus guías estéticas

Los jóvenes del colectivo tienen una estética basada en las características imponentes de la moda, sus accesorios, cabello y forma de vestir están guiados por un prototipo de hombre afro estilizado; todos comparten estas características, es decir, existe un criterio de identidad generalizado.

Eso es un accesorio, una cadena normal, para nosotros es un accesorio; para los otros puede ser por ejemplo un objeto de protección, porque ellos la mandan a rezar para que no les pase nada malo, pero uno las usa como si fuera parte del vestuario, que combine con el vestuario, como se va a poner uno una camándula verde biche con una camisa morada (...) igual que el cabello eso es una moda, es el vacile⁴. (Rafo y Emmanuel, entrevista grupal, 2018)

Los criterios de moda actual, han creado o impuesto manifestaciones a una parte de la sociedad juvenil; los hombres dejan crecer su cabello algunos pintan sus uñas y la ropa es escogida por lo último en tendencia. Sin embargo, en estas características estéticas están incluidas en las relaciones comunicativas y vínculos afectivos que tienen los sujetos.

⁴ Vacile: parlache que se refiere a estar estéticamente organizado con objetos que representan su identidad.

En algunas ocasiones, los jóvenes se visten de manera similar, esto es considerado o entendido como una representación de hermandad.

Algunos se visten igual para representar que andan mucho por ejemplo, yo mantengo con él bastante y nos vestimos igual, para mostrar que somos como hermanos. Camilo y Mapa se conocen desde hace mucho tiempo y ellos como son amigos desde pequeños por eso se visten así. (Rafo, entrevista grupal, 2018).

El mercado, apoyado por una industria publicitaria que propone patrones de identificación estética globalizada, es lo suficientemente hábil para captar y resemantizar los pequeños o grandes giros de la diferencia cultural (Reguillo, 2000, p.81). La moda, rompe toda barrera para llegar a la cultura o identificación individual de la sociedad que se deja permear por los criterios estéticos que se manifiestan en su cotidianidad.

“Las chanclas Nike si son muy bonitas y porque están de moda, siempre prefiero los zapatos de esta marca” (Daniel, Entrevista grupal, 2018). Los objetos en la indumentaria de los jóvenes del grupo, se convierten en algo valioso y atractivo que los distinguen del resto, entre más costoso y reconocido sea el objeto que compre más atención y reconocimiento obtendrá de sus iguales (esto se convierte en un tema de conversación en la reunión).

Reguillo constata el planteamiento anterior al afirmar: “La popularidad de los zapatos tenis entre los jóvenes trasciende el campo deportivo; se ha convertido en marca distintiva y, centralmente, sobre todo en los sectores populares en marca de poder” (Reguillo, 2000, p.83).

La moda utiliza la industria publicitaria para ejercer más influencia en los ideales de las personas, promoviendo por medio de marcas reconocidas, elementos atrayentes para los sujetos o significaciones como la exclusividad, el status y el reconocimiento que se obtendrá al portar tales sellos; además, aprovechan recursos humanos como las figuras del mundo del entretenimiento, como cantantes reconocidos y personas famosas, como influencias para sus seguidores.

El sistema de la moda, la cultura del consumo y ciertos órdenes discursivos como la publicidad, constituyen factores de fuerte incidencia en la reproducción de las dinámicas clasificatorias vigentes en una sociedad. A través de mensajes verbales y visuales, que ostentan una neutralidad

superficial, se canalizan metamensajes, que prescriben implícitamente, criterios normativos sobre que es deseable, es gestor de distinción o confiere prestigio. (Margullis & Urresti, 1998, p.17).

La estética como fuerte instrumento del consumo, los sistemas de comunicación y la moda se aprovechan de sus receptores jóvenes proponiendo y ellos acatando, como deben verse o que se deben poner para estar a cierto nivel y tener un toque “distinto”. La música también se ve transgredida, por los patrones de la moda, debido a que la industria, no utiliza solo a los cantantes para promover el uso de una marca, por medio de las letras y significación de las canciones, envían códigos a los sujetos indirectamente, promoviendo el consumo acelerado de objetos superficiales en la mayoría de los casos. Velásquez (2007) afirma que:

Los modelos identitarios están mediados por la industria cultural en cuanto son los medios de comunicación y publicidad en todas sus manifestaciones, quienes proponen, imponen, refuerzan o debilitan personas o personajes con los cuales el adolescente puede identificarse (modelos, cantantes, actores). (p.95).

Se reafirma que los jóvenes son utilizados como características a favor del imponente mercado de la revolución industrial y que todos los elementos que giren en torno al desarrollo de su componente humano e identitario serán propicios para consolidar los fines del mercado global.

Música como principio de unidad

Para contextualizar cómo se relaciona la música como principio de unidad, se debe mencionar que las siglas *3,5,7 hasta la muerte* presentes en el renombre del grupo juvenil, están influenciadas por las letras de las canciones del artista musical conocido como Danger Man, uno de los cantantes favoritos por el grupo juvenil; este personaje fue un gran referente de la música Reggae que se manifestó desde principio de los 80 y que se caracterizó por los mensajes que manifestaba en sus canciones. Sobre este concepto, Garcés (2011) argumenta que:

La música es un tipo particular de artefacto cultural que provee a la gente de diferentes elementos que dichas personas utilizarían en la construcción de sus identidades sociales. De esta manera el

sonido, las letras y las interpretaciones, por un lado, ofrecen maneras de ser y comportarse, y por otro, ofrecen modelos de satisfacción psíquica y emocional (p.115).

Los jóvenes del colectivo toman los elementos de la música en todos sus aspectos para consolidar su criterio de identidad, desde las letras de las canciones hasta la construcción del artefacto que les brinda las ondas sonoras utilizan un sinnúmero de elementos en los que tornan su vida y su representación tanto simbólica como física.

Las letras que componen los ritmos musicales que escuchan como el Reggae, contienen una cantidad de diversos mensajes cargados de implicaciones simbólicas importantes, los sujetos que representan este género aprovechan todos los recursos que tengan a su disposición, como experiencias, sentimientos e ideas propios que en muchos casos no es positivo, con el fin de promover un juego emocional y psíquico en los receptores, clave fundamental para que los sujetos se sientan identificados, de esta manera, además de ganar seguidores obtienen fidelidad ya que los implicados entran en una inmersión que implica la representación de su humanidad.

Además del Reggae, la música jamaicana también es una de las más géneros ancestrales que a lo largo del tiempo han ido evolucionando y convirtiendo su estilo de música en una industria cultural que tiene miles de seguidores; sin embargo, estos sonidos se han convertido en una moda en la región, debido a que los jóvenes asisten en masas a los conciertos abiertos que presentan estos equipos de sonido gigantes, llamados PICKUP o “Picós”⁵. Los jóvenes del colectivo hacen referencia a este equipo de sonido como parte de ellos.

Lo representa todo, podríamos decir que es una cultura que viene desde hace mucho tiempo, desde los años 80, 90 (...) nos gusta la música que ponen en los Picos, esta es una música Jamaicana que la mezclan; hay muchos Dj de remix. (Ranger y Gleiner, entrevista grupal, 2018).

El tema de la música, se convierte en una base de la unidad de los jóvenes, en las reuniones de este grupo se discute continuamente por el rendimiento y calidad de los Picos. “Aquí hay hinchas del Firú y del Morro ¡Yo soy del Morro el mejor de la música del reguél!” (Ranger, Entrevista

⁵ PICKUP es la referencia en inglés de estas gigantescas bocinas musicales, y el contexto de los integrantes del colectivo es llamado Picós.

grupal, 2018). En la región existen una serie de equipos de sonido, nombrados de manera distinta, estos son el principal motivo de reunión de centenares de jóvenes que comparten al igual que los integrantes del colectivo afición por escuchar la música que los identifica.

La identidad de estos jóvenes es desarrollada por la música que escuchan, los Picós hacen parte de una adscripción cultural que de manera general, crea manifestaciones e ideologías por los jóvenes que son fieles seguidores. Es por tal motivo, que la relación con la moda, hace parte de las preferencias con la musicalidad y la atmosfera identitaria que se ha desarrollado en la generalidad.

La potencia que encierra la música, las atmosferas que crea, la sensibilidad colectiva que desencadena, implican múltiples funciones: producen un tipo particular de conocimientos, cierta apertura convivial al otro, una estética del sentimiento, un deseo de afirmar la vida. (Muñoz, 2007, p.9).

En los jóvenes del colectivo, se evidencia el gran interés e identificación con la música, estos sujetos tienen conocimientos técnicos desarrollados sobre la funcionalidad de los equipos de sonido. “¿Y sabes qué?, estaban los 6 bajos, y estaban sonando 4, ¡Hay esa vaina suena muy duro!” Daniel (Observación no participante, 2018).

Los jóvenes, se refieren a esta adscripción como una tradición que se ha desarrollado en la región. “Desde hace mucho tiempo, eso es una tradición ya; eso es como cultura de Urabá” Andrés (Entrevista grupal, 2018). Se puede rescatar, que en estos encuentros los jóvenes comparten y crean vínculos ya que todos son movidos por la misma pasión; esto debería ser suficiente, para que como seres pensantes tengan criterios de unión por una misma identidad que de manera inconsciente se ha gestado entre los distintos grupos juveniles.

Se infiere que la música porta múltiples criterios a los que recurre el grupo juvenil, desde la parte estética con la forma como utiliza la industria de la moda a los representantes de los géneros como modelos o referentes, hasta los mensajes y vínculos que desarrolla esta categoría en el sujeto a tal punto que los involucrados tornan su vida e identidad hacia este concepto. Por últimos se obtuvo una categoría primordial en los objetivos que guían al colectivo esta es la “exclusividad”, presente en todo el lenguaje verbal y corporal, que manifiestan los sujetos del colectivo.

Su sentido de lo “Original”

La “exclusividad” o “ser Original”, es el concepto al que más recurren los integrantes del grupo juvenil, esto encierra el campo musical, estético y personal de los implicados. Ya que en todos los aspectos buscan “ser distintos” o tener una marca personal.

Partiendo desde el análisis de la música los jóvenes manifiestan que está debe ser “exclusiva”; la mezcla de estos ritmos musicales deben tener sellos auténticos y propios. Los Picós son los principales portadores de esta ideología en sus Remix y Duplay deben estar impresos elementos diferenciadores del resto de sonidos; tal como un artista saca nuevos sencillos discográficos, los propietarios de estos objetos se encargan de conseguir o generar creativamente sonidos y letras que sean atractivos para la población que se identifica con estos ritmos, ahí recae el éxito de estos gigantes bafles musicales. Reguillo (2000) aclara el concepto de la exclusividad en sus inicios, afirmando que está se origina también en la posguerra cuando emerge una poderosa industria cultural que ofertaba por primera vez bienes “exclusivos” para el consumo de los jóvenes. Aunque no el único el ámbito de la industria musical fue el más espectacular.

El concepto de la exclusividad, es sin duda uno de los elementos más atractivos para los sujetos, ya que este es un adjetivo que causa distinción y enmarca sentido de poder en la mayoría de los casos, está es la razón a la gran acogida que han tenido estos Picós en los últimos años y se han convertido en una cultura influyente entre los jóvenes de la región.

La originalidad, concepto allegado a lo exclusivo, también enmarca los fines u objetivos del colectivo “Sí somos una pandilla pero no de pelea, (...) Somos un grupito original” (Entrevista grupal, 2018). En otras palabras, la búsqueda de esta originalidad es la base de la realidad de este grupo juvenil y tornan su vida en lograr cumplir tal fin. De ahí que busquen representar este concepto en su manera de vestir, expresarse y relacionarse con sus pares⁶.

⁶ Un Par, es según Velásquez, (2007) “grupos de amigos o compañeros” (p.95).

Marcar distinción en la sociedad es un reto significativo de ahí la importancia que tiene el elemento de autenticidad que desean obtener los sujetos del colectivo; la palabra originalidad significa expresamente “no imitar a otros”, por ello, los ritmos musicales expuestos en los Picós tienen que ser composiciones realmente creativas e innovadoras y no deben haber réplicas de las canciones para conseguir éxito entre los jóvenes que se identifican con esto.

En la parte estética no se evidencia este elemento, ya que por ser una representación basada en los criterios de la moda utilizan objetos que son de dominio social, sin embargo, estos sujetos se refugian en el concepto de la marca publicitaria y los valores ideológicos que integran, ya que algunos productos como zapatos, correas, relojes, etc., manejan el eslogan publicitario de ser elementos únicos, también otras marcas prestigiosas argumentan que sus productos son fabricados con los más altos estándares de calidad y son importados a diversos territorios del planeta, de tal manera que los denominan “originales”; aumentando su valor comercial en el mercado y ofreciendo al consumidor un valor agregado de superioridad. Por tal motivo, los sujetos argumentan que al ser portadores de objetos con el ideal promovido por la industria se transforman en seres originales en su estética.

En conclusión, los sujetos soportan la idea de ser portadores de originalidad en su maneras relativas de identificación y lo argumentan con los elementos que conforman su manera de representación. Por ello esta categoría emergente, se forma como la base objetiva de los involucrados, donde tener cierto criterio de autenticidad tiene el más alto nivel de importancia en el criterio de identificación de los sujetos.

7. CONCLUSIONES

El proceso del ejercicio investigativo implica diversas maneras de desarrollo según sea el objetivo del estudio; sin embargo, todos van encaminados a obtener resultados exitosos y prudentes para la investigación. Luego de haber aplicado un proceso metodológico de recolección de la información como lo fue la observación, diarios de campo basados en la cotidianidad y relaciones de los sujetos, entrevistas semiestructuras con participación de todos los integrantes de

la colectividad y posteriormente un proceso de argumentación teórica de la información recolectada se puede concluir que:

Los jóvenes del grupo, mantienen vínculos de confianza que se desarrollan por la constante interacción comunicativa que se presenta entre los sujetos, esta se basa en el criterio de “estar juntos” volviéndose el eje fundamental de sus vidas; el colectivo se considera a partir de este análisis como una segunda familia para los involucrados, por tal motivo, los lazos que se desarrollan trascienden las barreras de la protección y el mutuo cuidarse.

Además, las interacciones de estos sujetos están mediadas por las relaciones cotidianas que establecen en un espacio determinado y que se basan en los criterios de identidad de los mismos, el espacio geográfico donde habitan hace parte de los orígenes de su auto denominación *Gueto*; por tal motivo este elemento que adjudica a ser “de barrio” es la consecuencia a sus relaciones internas estrechas que buscan preservar de manera estable y segura.

Estos sujetos desarrollan formas en su lenguaje basados en el parlache, donde cambian sintácticamente la estructura de las palabras utilizando esto como códigos que solo conocen los integrantes del colectivo y que reafirman las relaciones internas de los mismos. Así mismo, la relativa evolución en las tecnologías permite que los integrantes del colectivo tengan una relación comunicativa estable, aunque no se encuentren en los lugares habituales de reunión mantienen una interacción fija.

Por otra parte, la estética del colectivo está profundamente ligada con los parámetros de la industria comercial de la moda, que transmite en sus mensajes publicitarios, sentimientos como: el “poder” por medio de marcas reconocidas u objetos influyentes, los jóvenes se dejan permear por la imponentia de este mercado y le dan un valor significativo a estos objetos.

La música también está permeada por los criterios identitarios de los jóvenes convirtiéndola en su eje diferencial ante la sociedad, por tal motivo los Picós se convierten en un tema central en las relaciones comunicativas de los sujetos y en espacios externos donde comparten experiencias de interacción con sus pares. Cabe señalar que este elemento también manifiesta un valor simbólico para los sujetos del colectivo en el que se refugian para manifestar su representación, tanto las

letras de las canciones, los representantes de los géneros y los vínculos que establecen con este concepto, son básicos para el desarrollo del grupo juvenil.

Por último, pero no menos importante cabe resaltar que el sentido de la originalidad para estos sujetos es algo esencial en la consolidación de su identidad; sin embargo, esta categoría se puede tomar como objeto de una investigación a futuro, donde se desarrollen más parámetros de profundidad, ya que se convierte en resultado emergente del estudio; es decir, no previstos en el planteamiento del proyecto, por tal motivo no están abordados con criterios que trasciendan los elementos necesarios para ser expuestos a cabalidad.

8. REFERENCIAS

- Aramburu, M., (2000). Bajo el signo del Gueto. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Castro,E., & Rodríguez,P.,(1997). La investigación en ciencias sociales Más allá del dilema de los métodos. Santafé de Bogotá, D.C.: Grupo editorial Norma.
- Espinosa, M., & Gilyam, M. (2012). Sincretismo Cultural. Catedra Virtual para la integración latinoamericana, Universidad Nacional de Cuyo. Recuperado de: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4640/trabajocatedra.pdf
- Guerrero,M.,(2016). La investigación cualitativa. INNOVA Research Journal, 1(2), 1-9.
- Garcés,A.(2003). Identidad fragmentada...Identidad Preformativa: del estilo a las culturas juveniles. Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación, 2(3), 25-38.
- Garcés,A., Tamayo,P.,& Medina,J.(2006). Como un tatuaje...Identidad y territorios en la cultura hip hop de Medellín. Educación Física y Deporte, 25(2), 11-25. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10495/6324>
- Garcés, A. (2011). Juventud y Comunicación Reflexiones sobre prácticas comunicativas de resistencia en la cultura hip hop de Medellín. Signo y Pensamiento 55, 15,108-128
- Hernández,R., Fernández,C., & Baptista,M. (2010). Metodología de la Investigación. México D.F.: Interamericana Editores.
- Laffaye,G. (2011). La relación social en la experiencia estética. Intersticios: Revista sociológica del pensamiento crítico, 5(2), 300-307.
- Montenegro,C. (2014). Arte y experiencia estética: John Dewey. Nodo: Arquitectura. Ciudad.Medio Ambiente, 9 (17), 95-105.
- Molla,M.,(1986). La identidad del adolescente - El test de identidad. Revista de Psicología, 4(1), 61-71.
- Martínez,M.,(2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). Revista IIPSI, 9(1), 123-146.
- Margullis,M., & Urresti,M., (1998). La construcción social de la condición de juventud. Recuperado de:

https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_y_marcelo_urresti_-_la_construccion_social_de_la_condicion_de_juventud_urresti.pdf

- Muñoz, G., (2007). La comunicación en los mundos de vida juveniles. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 5 (1). Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/3950>
- Muñoz,G.,(1995). La mutación como alma de la investigación. Revista NOMADAS. Recuperado de: http://nomadas.ucentral.edu.co/nomadas/pdf/nomadas_4/04_2M_Lamutacioncomoalmaidelainvestigacion.pdf
- Reguillo,R. (Ed.). (2000). Emergencias de culturas juveniles, estrategias del desencanto.Bogotá:Grupo Editorial Norma.
- Rosenfeld, K. (2005). Identidad y posición social en grupos juveniles, diversidad en hiphoperos y hiphoperas (Pregrado sociología). Universidad de Chile,Chile.
- Scandroglio,B.,Martínez,J.,& San José,M.(2008). “Pandillas”:grupos juveniles y conductas desviadas. La perspectiva psicosocial en el análisis y la intervención.*Revista Electrónica de Investigación Psicoeducativa*, 6(1), 65-94.
- Santaya,J. (2006). *¿Que es la estética?. Fredo*, *Revista de estética y teorías de las artes*, (4), 70-76.
- Valencia, J., & Magallanes, C. (2015). Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Universidad Humanística*, (81), 15-31. Recuperado de: <http://revista.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/index>
- Velásquez, A. (2007). Lenguaje e identidad en los adolescentes de hoy. *El Ágora*, 7(1), 85-107.
- Vélez,J. (2009). Proyectos comunicativos y conformación grupal. *Razón y Palabra*, (66), 1-37.

9. APÉNDICE

Anexo 1. Palabras con modificación sintáctica que logra comprender la investigadora gracias a la explicación de los integrantes del colectivo y a la vivencia que se obtuvo en el desarrollo de la investigación.


Campo semántico o léxico	Sociolecto juvenil
Guetoso (a)	Persona que evidencia la identidad en su máximo esplendor.
Duplay	Placa en el que graban mensajes particulares los disc-jockey , esto es un jingle publicitario y es referente de los llamados PICKUP
Wiros	Hace referencia a que la expresión ¡Que pasa! O ¡Que hay de nuevo
Pro	Adjetivo calificativo de que un sujeto es inteligente o listo
Aletoso	Adjetivo calificativo a persona que es muy dramática o se sobrealta exageradamente
Maquina	Adjetivo calificativo que se refiere a la un sujeto como bueno, excelente o sobresaliente en algo que desarrolle
Elite	Adjetivo de superioridad

Anexo 3. Entrevista semiestructurada.

Cuestionario Prácticas comunicativas presentes en la estética social del grupo Los del Ghetto para la construcción de su identidad


Elementos estéticos:

- **¿Qué razón tienen para dejar crecer su cabello? ¿Por qué ese tipo de corte o estilo de cabello?**
Los culos más que todo, por las mujeres y los que no tienen el pelo largo es porque ya tienen la mujer por eso.
Eso es la costumbre, las mujeres no tienen nada que ver, eso es una **moda, es el vacile.**
- **Algunos se pintan las uñas ¿Cuál es la razón y que significa?**
Solo algunos, él porque la novia arregla uñas y con él es que ensaya algunos diseños.
-Aspire- yo me pinte las uñas porque las tenía feas y me pintaron las banderas de los países más populares, además, ese día me iba a estrenar unas chancas y me las pinte. **Eso es una moda, ya no hay nada que solo sea para mujer u hombre, todo es unisex.**
- **¿Qué motivos tienen para utilizar aretes? ¿Qué significan?**
Es el vacile, porque mi mamá piensa que si uno se rompe la oreja se tiene que romper el culo, para nosotros no tiene ningún significado
- **¿Las camándulas que la mayoría de ustedes utilizan, son objetos de protección o alguna forma de identificarse estéticamente frente a la sociedad?**
Eso es un accesorio, una cadena normal; para nosotros es un accesorio para los otros puede ser por ejemplo un objeto de protección, como un rezo, porque ellos la mandan a rezar para que no les pase nada malo, pero uno las usa **como si fuera parte del vestuario de uno, que combine con el vestuario,** como se va a poner uno una camándula verde biche con una camisa morada.
- **¿Qué actividad realizan los fines de semana? ¿tienen algún plan ya creado para que algunos concuerden en su misma forma de vestir, o solo ocurre por coincidencia?**
Vea, temprano uno se motila, se pinta, ya en la noche usted se pone sus

 **ADMIN**
La **moda** hace parte de su estilo estético, como menciona Reguillo en su libro Emergencias... el mercado o la industria siempre están creando un modelo para todo, por esta razón se ve tan influenciada la juventud.
Su estética hace parte de la "moda"

 **ADMIN**
Moda

 **ADMIN**
Moda

 **ADMIN**
Moda o estética

Anexo 4. PICKUP

Cortesía del Morro the Animal

