

29 de Junio de 2006



AUFOP

[Asociación](#)[Estatuto](#)[Órganos colegiados](#)[Hacerse socio](#)**XI CONGRESO**REVISTA
INTERUNIVERSITARIA[Consejo de Redacción](#)[Último Número](#)[Números publicados](#)[Normas de publicación](#)

REVISTA ELECTRÓNICA

[Consejo de Redacción](#)[Último Número](#)[Números publicados](#)[Normas de publicación](#)

RECURSOS

ENLACES[Revistas](#)**Webmaster**Navegadores 4.0 y superiores
Resolución 800 x 600

» AUFOP » R.E.I.F.P. » números » revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado, 5(4) » artículo

Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado

Continuación de la antigua Revista de Escuelas Normales

D.L. VA-369-99

ISSN 1575-0965

**Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 5(4),
(2002)**

Malas chicas/buenas chicas en prensa juvenil femenina

**Ciudad González, Agustín
Ciudad Real****Resumen:**

Oscurcidas por la fanfarria televisiva y menospreciadas por la cultura académica, las revistas juveniles suponen un medio de socialización a la sombra, sí, pero muy poderoso de cara a conformar la identidad de las adolescentes (y también de ellos). Creemos que estas revistas, como parte de la cultura audiovisual de masas, constituyen un auténtico currículum paralelo, un verdadero libro de texto bien distinto (y opuesto) al currículum oficial que desarrollamos ingenuamente los profesores. La escuela debe reconocer la legitimidad de la cultura popular si no quiere quedar marginada de la corriente general de medios de socialización más poderosos.

Abstract:

The magazines for young people, which are darkened by the television bluster and undervalued by the academic culture, mean a medium of socialization in the shade, they do, but they are very powerful in order to give shape to the identity of teenagers. We think that these magazines, as a part of the mass media culture, form an authentic parallel curriculum, this means a different (and opposite) textbook from the official curriculum that the teachers naïvely develop. The school should admit the legitimacy of popular culture unless it remains apart from the powerful media of socialization.

Descriptores (o palabras clave):

Estudios sobre mujeres; estudios culturales; sociología de los estudiantes; malestar estudiantil

Hemos acotado un conjunto de cinco revistas: *Nuevo Vale*, *Bravo*, *Superpop*, *Ragazza*, *You*, de las que estamos estudiando todos los números correspondientes al año 2001. El criterio usado para la selección es la orientación expresa de las revistas citadas a este público femenino-adolescente, situado cronológicamente entre los 12-18 años de edad, tramos de edad que hay que entender de manera elástica, porque es frecuente detectar lectoras y lectores más allá de esos límites, hasta los ocho años de edad (por ejemplo en *Bravo* y *la edad adulta en general (sobre todo en Nuevo Vale)* de manera que el ámbito de influencia se extiende, más allá de la etapa secundaria, a la etapa primaria y los primeros años de la enseñanza universitaria y del mundo laboral. El objetivo es aproximarse a la interpretación del universo icónico-simbólico que las empresas de comunicación ofertan a la adolescencia. Nuestro trabajo deriva indirectamente de los estudios culturales británicos (Mc Robbie: 1998).

Pero como lo popular es un arma de doble filo, debemos matizar el entusiasmo culturalista con una perspectiva crítica que resitúa continuamente toda cuestión en un plano social y económico (intereses económicos, diferencias de clase, resistencias...) y que defiende una pedagogía de la emancipación a través de un currículum ajeno a imposiciones políticas y directamente engarzado en los intereses y problemas de los grupos desfavorecidos que desde la implantación de la LOGSE pueblan nuestras aulas. Pero también habría que reconvenir a la teoría crítica para que asuma la cultura popular y no la desprecie tan rápidamente como suele hacer. No es desde criterios de verdad y gusto rígidos (de izquierdas o derechas) como podemos comprender la cultura popular. 1.

La amplia temática de contenido constituye todo un programa fuerte de socialización (Gil

Calvo: 1985). Los contenidos se organizan según el ciclo cronológico-festivo-ritual (año nuevo, carnaval, primavera, vacaciones de verano, el nuevo curso, otoño, navidades), el ciclo socioritual (de la amistad al lígüe y de ahí al noviazgo), ciclos y ritos del cuerpo (maduración fisiológica, anatomía, belleza, higiene, deporte y sexo), la cultura audiovisual (cantantes, actores y famosos, los programas de televisión), modelos y moda, la cultura de la autoayuda (test, horóscopos y consultorios en el proceso de personalización y maduración psicológica), el azar y la cultura esotérica, el culto al miedo, la cultura del consumo (el móvil), la otra realidad como currículum ausente de la socialización juvenil (enseñanza, trabajo, sociedad, medioambiente, política) y el rechazo a las instituciones en las revistas populares. Se plantea así un enorme vacío entre los contenidos ausentes en el currículum escolar y los ausentes en la prensa juvenil. 2.

La dimensión clave de nuestro análisis consiste en la distinción de dos tipos de revistas, que coincidirían con una estructura social dual: hay revistas de élite / clase media (*Ragazza*, *You*) y revistas de clase popular (*Nuevo Vale*, *Super Pop* y *Bravo*). Vamos a ver esta distinción de estilo y clase (Bourdieu: 1988) con algunos ejemplos referentes al mundo escolar:

- 2.1. Las malas chicas pertenecen a la clase popular y pasan de la escuela, como no podía ser menos. La escuela es básicamente para ellas un lugar de encuentro, germen de grupos de amistad fundamentales para la adolescencia. Así, el inicio del curso es celebrado como catalizador de relaciones personales. *Super Pop* (nº 613) presenta un "especial vuelta a clase" con los siguientes temas: "Trucos y hechizos para un curso mágico" (incluye una "goma de la suerte para los exámenes", no hemos encontrado chuletas), "Lo último en mochilas", el primer día de clase de algunos famosos, "Súper juego: Rebelión en las aulas". En el nº 615 realiza un concurso: "¡Buscamos al profe ideal!". En el nº 616 hay un "¡Súper Extra!" centrado en la vida escolar: "moda para ir a clase", "Gran Juego: Amor y amistad en clase", "50 Trucos para ser popular... entre los colegas de tu clase", "Horóscopo del curso", "Aventuras en las aulas" (de famosos). Y conoceremos un insti por dentro: el "Azcona", de la serie "Compañeros", no uno real.

Veamos ahora el contenido del currículum según *Nuevo Vale*. La "escuela del sexo" (nº 1131) se organiza en las siguientes áreas: plástica (la masturbación), lengua (sexo oral), geografía (zonas erógenas), matemáticas (cuántas veces hay que hacerlo) y gimnasia (posturas varias), cada una de ellas dividida en teoría y práctica. Claro que en *Navidad* (nº 1168) celebraron "Los diez mandamientos del sexo". En esta revista son frecuentes las consultas de lectoras que solicitan hechizos para aprobar los exámenes (amén de los hechizos para conseguir novio, por supuesto). Sin duda estas chicas son malas estudiantes, porque la revista está llena de anuncios de cursos de enseñanza a distancia, casi siempre referidos a profesiones de muy baja cualificación (auxiliar de enfermería, por ejemplo), así como anuncios de academias de peluquería. Lo interesante es que estos mismos anuncios nos descubren las razones de tanto fracaso escolar, ya que algunos van dirigidos a las madres que, sin ninguna cualificación, y seguro que sin ayuda de un marido, han tenido que afrontar, quizá muy tempranamente, la formación de una familia, tarea para la que no han sido preparadas, integrándose en un círculo vicioso que, de momento, la educación ni la sociedad saben cortar.

La única alternativa al obstáculo escolar es el salto a la fama vía medios audiovisuales, con ayuda (*Operación Triunfo*, *Gran Hermano*) o sin ayuda. En este caso el mejor ejemplo es el grupo musical *Estopa*, celebrado semanalmente en las revistas populares, que no en las de élite. *Estopa* es un dúo de jóvenes residentes en *Cornellà de Llobregat*, localidad del cinturón industrial de Barcelona. Hijos de emigrantes extremeños que regentan un bar, *La Española*, trabajaban antes de triunfar musicalmente en una fábrica de accesorios para automóviles. Su música, de un impacto inmediato en las listas de éxito, es una especie de rumba modernizada a los acordes del rock. Sabedoras del enorme gancho del dúo, las revistas les dedican número tras número una atención especial y diferente al de cualquier otro grupo musical, centrándose en las raíces geográficas, sociales y familiares de los hermanos Muñoz, de manera que nos encontramos con un amplio análisis de sus vídeoclips, extrayendo las escenas más significativas mediante las que el grupo se ha creado una imagen de marca: entre lígües y persecuciones peliculeras, un origen bien señalado (el bar de su padre, ¡y su abuela!) y un sueño (el éxito comercial medido en dinero y premios, de los que ya disfrutaban). En *Superpop* (nº 595) aparece un amplio reportaje sobre los orígenes obreros de los hermanos Muñoz, fotografiados en la fábrica junto a sus compañeros y su jefe (que les azuzaba al grito de ¡dadles estopa!), en el barrio con sus amigos, en el bar con su familia. He aquí un perfecto retrato de los alumnos de clase obrera.

- 2.2. Las buenas chicas se muestran sumisas a la institución escolar, al menos aparentemente. De *You* puede decirse que es la revista que trata más seriamente esta cuestión. El nº 54 dedica al inicio del curso el editorial, que reflexiona sobre la necesidad de un replanteamiento general de todas las facetas de la vida: por supuesto los estudios y proyectos profesionales, pero también las relaciones sociales (con padres y amigas) y la forma física. El reportaje central se titula "Buenos propósitos para empezar el curso".

Ragazza abre el curso (nº 144) con dos reportajes donde concentra la información escolar: publi-reportaje de moda "A clase" y un especial "Horóscopo curso 2001/02". Las buenas chicas van contentas y arregladísimas a clase. La escuela no es ningún obstáculo para ellas. Pero tampoco es en la escuela donde ponen todos sus afanes. Las revistas de clase media están llenas de concursos de modelos. Los ídolos ya no son músicos populares de origen obrero sino las top model (tanto para *Ragazza* como para *You*). Incluso cuando se parodia la institución escolar se hace inocentemente, de manera integrada en el sistema (nº 139, anuncio de *Stradivarius*). La escuela es para ellas un trámite quizá molesto pero necesario para su biografía personal y fácilmente asequible, sencillamente porque son chicas cultas, o dicho de otra manera con recursos económicos.

¿Merece la pena escandalizarse por el contenido de estas revistas, o qué esperamos de una

enseñanza que se olvida de la educación afectiva y sexual o como mucho la confunde con contenidos medico-biológicos? ¿Es justo despreciar por ridículos el interés por fenómenos astrológicos, o qué esperamos de una enseñanza racionalista, técnica y burocrática y que confunde las humanidades con más horas de latín y de historia? ¿Merece la pena renegar de los medios audiovisuales, o qué esperamos de una enseñanza aún limitada a las actividades del libro de texto, algún vídeo para pasar el rato y una visita al museo para cumplir el trámite?

Quizá sea más útil asumir estos rasgos de la cultura popular como ingredientes básicos del trabajo del profesorado y, sobre todo, negociar significados con el alumnado para dar sentido a la actividad escolar, aunque para ello hayamos de olvidarnos de bastantes rigideces de la cultura académica y universitaria. Y, desde luego, debería quedar claro que la calidad de la enseñanza empieza por el apoyo a los grupos sociales desfavorecidos.

Referencias bibliográficas:

Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Gil Calvo, E. (1985). *Los depredadores audiovisuales: juventud urbana y cultura de masas*. Madrid: Tecnos.

McRobbie, A. (1998): *More! : nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres*. En Curran, J., Morley, D., Walkerdine, V. (comps.): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (pp. 263-296). Barcelona: Paidós.

Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado, 5(4), (2002)

Referencia bibliográfica de este documento:

Ciudad González, Agustín (2002). Malas chicas/buenas chicas en prensa juvenil femenina. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 5(4). Consultado el 29 de Junio de 2006 en <http://www.aufop.org/publica/reifp/02v5n4.asp>

Este artículo ha sido consultado 1660 veces

Recibido el 9/04/02
Aceptado el 15/06/02





AUFOP



WWW

Buscar

Translate

into english

Translate

Copyright © 1997-2004. Asociación Universitaria de Formación del Profesorado - Todos los derechos reservados