

## *Estilo*\*

**Por John Clarke. Escrito en colaboración con Stuart Hall, Tony Jefferson, Rachel Powell y Brian Roberts**

### **Traducción de Elena Bergé**

Elena Bergé es Licenciada en Antropología (FCNyM, UNLP) y Doctoranda en Ciencias Sociales en Ciencias Sociales por la FHyCE (UNLP). Es becaria de CONICET y docente en la materia Antropología I en la Facultad de Trabajo Social, UNLP.

### **Resumen**

---

La traducción de este artículo recorre las propias trayectorias de investigación y se inscribe en el redescubrimiento de esta obra fundamental de los investigadores de la Universidad de Birmingham. A instancias de mi colaboración con la Doctora Mariana Chaves, accedimos a este y otros artículos compilados en *Resistance through Rituals*, aproximándonos casi como una revelación a toda una propuesta teórico-metodológica poco leída en sus propios términos, pero sí muy retomada en múltiples y variadas intertextualidades. De allí la importancia de devolverles la palabra.

**Palabras Clave:** *estilo-jóvenes-identidad*

---

### **Abstract**

---

The translation of this article deals with the investigation courses and it discovers this fundamental work of researchers of the University of Birmingham. As a result of my collaboration with Dr. Mariana Chaves, we read this article and others compiled in *Resistance through Rituals*, discovering a real theoretical-methodological proposal not often read, but it was seen in many and varied intertextualities. As a consequence of this, we think of the importance of the word.

### 1. Tiempo libre y clase trabajadora

Los estilos subculturales que nos han interesado principalmente en este volumen no están limitados a la esfera del tiempo libre, pero es centralmente en este campo donde se han hecho más visibles. Esto parece obvio pero de hecho requiere explicación. El ocio es a menudo representado como “tiempo libre”, un área de “elecciones libres”. De hecho el ocio de la clase trabajadora no es ni libre ni tampoco está constreñido por determinantes culturales y estructurales. Todavía hay una sensación de el que el ocio representa (y ha sido históricamente representado, al menos desde que la cultura de la moderna clase obrera tomó forma en finales de la segunda mitad del siglo XIX) un área de *relativa* libertad. Podríamos argumentar que esto es principalmente por la dura disciplina del trabajo, mantenida a través de la organización técnica y la supervisión gerencial, así como también por la estructura física de las tareas y la coordinación entre las tareas que no puede ser mantenida de la misma forma por fuera del espacio de trabajo. También deriva del hecho de que la relación de la clase obrera con el ocio es “disciplinada” por una relación de dinero. El ocio de la clase trabajadora está limitado por la suma del tiempo semanal que puede ser dedicada a la recreación: pero los consumidores de la clase trabajadora tienen el poder de retener el dinero que tienen de los proveedores de los servicios de ocio y, consecuentemente, tienen una relativa libertad para elegir entre una variedad de alternativas. Esto es particularmente así en relación con aquellos que proveen servicios solamente a los clientes de la clase trabajadora (pequeños comerciantes, dueños de *pub*, bares, etcétera). Foster (1974), en su estudio sobre los Oldham<sup>1</sup> de la mitad del siglo XIX, llama a esto, el poder de “trato exclusivo”: la amenaza de sacar clientela fue usada de hecho para persuadir a los pequeños comerciantes para que no votaran por

los candidatos radicales en la elección de 1837. Además de estos “derechos habituales” de una clientela de clase trabajadora en relación a los servicios provistos principalmente por otros, existen centros de ocio proporcionados *por* la misma comunidad de clase trabajadora –sociedades, clubes, asociaciones y particularmente los Clubes de Hombres Trabajadores<sup>2</sup> (acaparados por los clientes de las finanzas industriales en 1884)–. Un ejemplo que se sitúa entre estos dos es el caso del fútbol el cual, a pesar de su estructura gerencial y financiera de clase no trabajadora, desde los ochenta del siglo XIX ha sido masivamente moldeado por sus hinchas.

Esta “libertad relativa” en el ocio fue combatida por todas partes: ha sido, de hecho, un forcejeo interminable por el control del área de ocio de la clase trabajadora. Las actividades que se pretendieron controlar, la disciplina y el “mejoramiento” de la clase trabajadora a menudo se ha ejercido más fuertemente en esta área. Esta imposición ha tomado diferentes formas: el intento por suprimir el fútbol popular en los tempranos mil ochocientos (Walvin, 1975) o los altamente exitosos esfuerzos modernos para “ennoblecere” y “hacer consumibles” los *pubs* de la clase trabajadora (Hutt, 1973) a través de extensas formas reglamentarias y voluntarias (por ejemplo el servicio juvenil contemporáneo o las casi militares “brigadas juveniles”) de darles a los jóvenes de la clase trabajadora “algo constructivo que hacer”. Esto ha estado limitado por la mano de obra requerida para monitorear las actividades del ocio “ilegítimas” y la naturaleza necesariamente voluntaria de las búsquedas de ocio más constructivo.

Mucha de la cultura de la clase trabajadora, desde mediados del siglo XIX, ha tomado forma, alrededor de la esfera del ocio –el fútbol, el *pub*, los clubes de hombres trabajadores, las actividades en la calle y todo eso–. No son solamente instituciones o aún valores expresados en actividades particulares sino formas de expresión de toda una experiencia de clase. Los rigores del trabajo no son olvidados

\* Referencia completa en inglés: “Style”. Stuart Hall and Tony Jefferson (eds.) *Resistance through rituals. Youth subcultures in post-war Britain*. 1st published in 1975 as *Working Papers in Cultural Studies* n° 7/8. 8th impression 1991, HarperCollinsAcademic. Reprinted 2000 by Routledge, London-New York The Center for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham 1976. Pp. 175-191

\*\* Escrito en colaboración con Stuart Hall, Tony Jefferson, Rachel Powell y Brian Roberts.

1 [N. del T.] Oldham es un pueblo grande en el Barrio Metropolitano de Oldham, en Gran Manchester, en el noroeste de Inglaterra.

2 [N. del T.] Los clubs de Hombres Trabajadores son un tipo de club social privado fundado en el siglo XIX en áreas industriales de Gran Bretaña, particularmente en el norte de Inglaterra para proveer recreación y educación a los hombres de la clase trabajadora y sus familias.

cuando las indulgencias del ocio comienzan. Pero la “libertad relativa” del ocio ha permitido un *desplazamiento* de los intereses y valores centrales de la clase, desarrollados en el trabajo, hacia actividades simbólicas de la esfera del ocio. El *ethos* de la “masculinidad” en la cultura del fútbol, por ejemplo, no puede ser entendido por fuera de la relación homóloga que sostiene con el enfoque masculino y con la organización de mucha de la producción industrial: un “hombre” como un futbolista tiene que ser capaz de “agarrar la posta e ir por más”. Una de las cosas más complejas del ocio de la clase trabajadora y los deportes es entender completamente esta combinación de ambos liberada de, y de la reproducción de, los ritmos del trabajo en las aparentemente libres actividades del ocio.

El foco de los jóvenes de la clase trabajadora en el ocio se convierte en algo perfectamente comprensible cuando se lo sitúa en un marco de referencia. Como argumentamos antes esto se intensifica por las actitudes de la clase trabajadora hacia la juventud, especialmente hacia los varones, en donde la adolescencia en sí misma es vista como un tiempo de relativa indulgencia y libertad –y de este modo un tiempo principalmente de ocio– antes de que se establezcan las responsabilidades de la adultez. Esto a su turno fue fuertemente intensificado y remodelado por la expansión y la inversión, en la posguerra, del “mercado juvenil”.

La posición privilegiada del ocio como una esfera para la juventud de posguerra es clara. Pero debemos considerar ahora una diferencia cualitativa: el punto es que no solo la juventud estructura muchas de las actividades e intereses alrededor del ocio, sino que ocupa activamente esta área para la construcción de *estilos* subculturales muy distintivos. El estilo, tal como sostenemos, no puede ser visto aislado de la estructura del grupo, la posición, las relaciones, las prácticas y las conciencias de sí mismos. De todos modos, aquí, nosotros le damos atención privilegiada al “momento” de la creación

estilística. Este es el momento en el cual las actividades, las prácticas, las perspectivas, *cristalizan alrededor* de algunas muy limitadas y coherentes formas expresivas. En lo que sigue damos por sentada la existencia de las suturas y miramos entonces cómo esto dirige al grupo hacia una apropiación selectiva de objetos simbólicos de “el campo de lo posible” y cómo las relaciones y las prácticas del grupo se van fijando en términos del modo en que las “partes” son organizadas en el compartimiento estilístico.

## 2. *Generando estilo*

Describiendo el proceso de generación estilística hemos hecho uso de manera parcial y en alguna manera ecléctica del concepto de Lévi-Strauss de *bricolage* –el reordenamiento y la recontextualización de los objetos para comunicar significados nuevos dentro de un sistema total de significaciones, el cual ya incluye significados previos y sedimentados atribuidos a los objetos en uso (Lévi-Strauss, 1966; 1969)–. Juntos, objeto y significado, constituyen un signo y dentro de cualquier cultura dichos signos son asimilados repetidamente hacia formas características de discurso. De todos modos cuando el *bricoleur* relocaliza el objeto signifiante en una posición diferente dentro de ese discurso, usando el mismo repertorio total de signos, o cuando el objeto es situado en un entramado totalmente diferente, un nuevo discurso se constituye, transmite un mensaje diferente.

La formulación de Lévi-Strauss sobre la naturaleza precisa del signo original y la relación entre el original y el nuevo se adapta a las demandas analíticas del material primario –principalmente el que deriva de las sociedades a pequeña escala en donde la comunicación “ideológica” se ha institucionalizado en la forma del mito o de los sistemas totémicos–. Allí el mito es el discurso característico y existe *como* mito porque ha sido tradicionalizado y aceptado por toda la sociedad: a pesar de las nu-

meras variantes, la forma básica se ha transformado en los mitos-de-las personas-X. Nosotros sin embargo estamos considerando estilos “no oficiales” recientemente actuales, en donde el núcleo estilístico (si es que existe uno) puede ser localizado en la expresión de una *oposición* parcialmente negociada de valores de la sociedad mayor<sup>3</sup>.

Esto nos recuerda una forma básica de discurso hacia la cual el *bricoleur* subcultural debe referirse si el mensaje va a ser comunicado. En este caso, el discurso es el de la *moda*. Como el mito *bricoleur* de Lévi-Strauss, el practicante del *bricolage* subcultural está también constreñido por los significados existentes del signo hacia dentro del discurso los objetos, el “mecanismo” usado para asimilar el nuevo estilo subcultural no sólo debe existir ya, sino que debe también traer significados organizados en un sistema lo suficientemente coherente para que su relocalización y transformación sean entendidas como *transformación*. No tiene sentido si los nuevos montajes lucen exactamente igual, traen exactamente el mismo mensaje que el previamente existente.

En segundo lugar, mientras que en los elementos del mito, el *bricolage* es principalmente de objetos naturales, naturalmente disponibles para la contemplación, aquellos objetos adoptados por el *bricoleur* subcultural son físicamente apropiados –gastados y empleados– y son a su vez *mercancías* producidas originalmente para mercados específicos. Esto es, su existencia previa a la transformación fue postulada sobre la existencia de *otros* grupos, más frecuentemente sub-secciones de la clase dominante que originalmente habría comprado, usado y expresado su propio estilo de vida a través de estos objetos-signo.

El significado contrario de mucho del *bricolage* subcultural –distinto del significado tradicional percibido por Lévi-Strauss– no debe confundirnos. Dado que el capitalismo y los conflictos de clase son característicos de nuestra sociedad –tal como

en las sociedades tribales no lo son– los significados contrarios pueden llegar por medio de dos caminos de transformación, sin que ninguno excluya al otro. Significados alternativos a aquellos preferidos por la cultura dominante, generados dentro de la experiencia y la conciencia del grupo social reprimido, pueden ser traídos a la superficie y así transformar el discurso original. Esa transformación depende de la existencia de clases opuestas. O el tipo de mercancías en sí mismas puede generar significados nuevos y opuestos. Estas mercancías deben existir en el mercado. Deben poder estar al alcance financieramente de los creadores del estilo antes que puedan ser usadas. Partiendo de que son producidas para mercados específicos (en otra parte) ya conllevan significados, mensajes con relación al acceso desigual a las mercancías y a los estilos de vida valorados diferencialmente. La transformación y la resignificación para revalorar los estilos de vida previamente descalificados o para expresar conflictos de clase, pueden suceder porque los mensajes de esa clase ya fueron plasmados ahí, en aquellas mercancías: el objeto-signo original fue postulado sobre una sociedad dividida, aunque muchos de sus significados preferidos intentan enmascarar esa realidad.

La generación de estilos subculturales entonces involucra selección diferencial a partir de la matriz de existencia. Lo que sucede no es la creación de objetos y significados desde la nada, sino más bien la *transformación* y el *re-arreglo* de lo que es dado (y prestado) dentro de un molde que acarrea un nuevo significado, su *traducción* hacia un nuevo contexto y su *adaptación*. Por ejemplo el “look eduardiano” (un *revival* estudiantil de clase alta) tomado prestado por los *Teddy Boys*, re combinado con ítems extraños, la corbata de lazo y los *brothel-creepers*<sup>4</sup>, emergió con un nuevo y previamente inusitado significado. La obra de Dick Hebdige sobre el estilo Mod (en la sección Etnografía<sup>5</sup>) describe una transformación aparentemente menos sen-

3 El contraste es particularmente fuerte en el análisis de los sistemas totémicos que ofrecen un espectro dominante y coherente de clasificación a través de los signos para ambos mundos, natural y social, dándole importancia a la estratificación en grados de edad, en donde esto puede ser formalizado en la sociedad tribal.

4 [N. del T.] Modelo de zapatos que ganaron popularidad en los cincuenta con la emergencia del *rockabilly*.

5 [N. del T.] Hace referencia a otra de las secciones del libro del cual se extrajo este capítulo.

sibilizada con las resonancias de la oposición de clase dentro del modo original, pero en donde un sutil cambio de los objetos alteró profundamente el significado del conjunto simbólico resultante.

### 3. La semántica de la selección

Habiendo dicho esto sobre la creación del estilo en general debemos ahora alcanzar la pregunta de porqué un grupo particular adopta un conjunto de objetos simbólicos particulares y no otros. La idea importante aquí es que el grupo debe ser capaz de *reconocerse a sí mismo* en los significados potenciales, más o menos reprimidos, de objetos simbólicos particulares. Esto requiere que el objeto en cuestión tenga una "posibilidad objetiva" de reflejar los valores particulares e intereses del grupo, como una opción entre una gama de significados potenciales. También requiere que la autoconciencia de grupo esté lo suficientemente desarrollada como para que sus miembros estén preocupados por reconocerse a sí mismos en la gama de objetos simbólicos disponibles. Esta autoconciencia desarrollada tanto en términos de su contenido (su propia imagen, etcétera) como en términos de su orientación hacia los objetos simbólicos es el medio a través del cual es generado el estilo. La selección de los objetos por medio de los cuales el estilo es generado es entonces el tema de las *homologías* entre la autoconciencia de grupo y los significados posibles de los objetos disponibles. La descripción más cuidada de tal relación de homología entre objeto y grupo es tal vez la famosa descripción de George Melly (1972: 36) del *rock and roll* como la música de "atornillar y aplastar" de los Teds.

Paul Willis (1972) ha sostenido que a pesar de que en un sentido formal el temprano *rock and roll* y el *rock* de la Costa Oeste tienen el potencial para transmitir y expresar diferentes significados, hay una clara homología o *ajuste* entre activismo intenso, corporalidad, externalización de actitudes en el comportamiento, tabú sobre la introspección y

amor a la velocidad y a las máquinas de sus "*motorbike boys*"<sup>6</sup> y la temprana música de *rock and roll* con la cual estaban exclusivamente vinculados; tal como hay una homología entre la "desestructuración", la introspección y la pérdida de afiliación grupal de su grupo "*hippie*" y su música preferida. El potencial objetivo de la forma cultural (por ejemplo en este caso, la música) y su enganche con la orientación subjetiva del grupo es lo que facilita la apropiación de los primeros por los segundos, conduciendo, a veces, a una especie de fusión estilística entre objeto y grupo. De todos modos, el estilo producido finalmente es más que la simple amalgama de todos los elementos separados –deriva su cualidad simbólica específica a partir del arreglo de todos los elementos juntos en un solo conjunto, corporizándose y expresándose en la autoconciencia del grupo–.

### 4. La base de las diferencias estilísticas

En lo que debe hacerse hincapié es en la especificidad de cada estilo. Esto significa sensibilidad no solamente por las variaciones objetivas en cada estilo, en el sentido de las diferencias entre los objetos que visiblemente lo componen, sino por las diferentes condiciones culturales y materiales bajo las cuales los estilos son generados. De este modo, los aspectos simbólicos del estilo particular son contruidos por fuera de la matriz de intereses del grupo, centrándose alrededor de un conjunto específico de actividades que tienen lugar en un agregado característico de instituciones. Este nexo grupal específico es generado por fuera de la amplia red del contexto cultural y material de la comunidad de la clase trabajadora, la que como vimos en la revisión teórica es construida y reconstruida por y en respuesta a los amplios movimientos de la sociedad como un todo y a través de sus consecuencias locales particulares. Por eso, los aspectos simbólicos del vestir del estilo Ted son sólo una parte de la respuesta particular del grupo a la complejamente me-

6 [N. del T.] Motoqueros.

diada posición social. Para dar cuenta del estilo en su totalidad tendríamos primero que analizar la posición material y cultural del grupo en relación con las experiencias locales de la reorganización social de posguerra del sur de Londres. Después tendríamos que examinar la naturaleza general de las relaciones de grupo y la conciencia, antes de considerar finalmente cómo éstas están incorporadas en los objetos usados por el grupo en la formación de aspectos visibles de un *estilo*. Este análisis también debe dar cuenta de las relaciones entre los objetos particulares elegidos y el grupo y el cómo esos objetos específicos funcionan para *objetivar* la propia imagen del grupo (un comentario de las etapas finales de este tipo de análisis de los Teds, puede ser encontrado en la contribución de Tony Jefferson a la Sección Etnografía).

##### 5. *Estilo e identidad de grupo*

Hasta ahora hemos lidiado con los procesos internos involucrados en la selección y apropiación de varios objetos simbólicos de la generación del estilo. Ahora debemos ampliar ese foco para considerar las funciones que el estilo tiene para el grupo en relación con otros agrupamientos. Hemos dicho que el estilo objetiva la imagen que el grupo tiene de sí mismo. Debemos ahora recalcar que su auto-identificación es generada no simplemente a través de procesos internos del grupo sino por desarrollos del grupo con su situación –una situación que incluye importantes grupos de otros–. El proceso de formación de la identidad grupal se debe mucho a las reacciones negativas de los *otros* grupos, acontecimientos, ideas, etcétera, como también a las reacciones positivas hacia direcciones específicas. Una de las funciones principales del estilo subcultural distintivo es definir los límites de la pertenencia al grupo, en oposición a otros grupos. Esto es usualmente pensado como una reacción hacia otros grupos dentro del campo de lucha subcultural de la juventud (*Mod versus Rockers*, *Skinheads versus Hip-*

*pies* y *Greasers*, etcétera). Mientras que es muy importante lo que se diga sobre esta dimensión específica, la selección de grupos involucrados es, al menos potencialmente, mucho más amplia que la sola “oposición” entre subculturas juveniles. Posiblemente el mejor ejemplo de la variedad de grupos en contra de la cual la subcultura se auto-define es el repertorio tomado de *The Paint House*<sup>7</sup>, en donde una gama de grupos es clasificada como perteneciendo a uno de: “el sistema gobernante”, “la gente de la parte de atrás” o “los traidores”; cada posición acarrea una concepción sobre la relación particular de cada grupo con la imagen de la comunidad local, que fue uno de los primeros intereses de organización de la subcultura *skinhead*. Esto brinda una *dimensión concreta* del sentido de comunidad –de “territorio”– y el sentido de “opresión”, percibido por los *skinhead*. Esto identifica las fuentes de ataque y opresión que los *skinhead* experimentaban y también los *objetivos* de la “defensa” simbólico-colectiva *skinhead* de aquella imagen de comunidad. Este ejemplo muestra un punto importante sobre la relación subcultural con diferentes grupos por fuera de ellos –su reacción en contra de ciertos grupos no necesariamente se manifiesta a sí misma *fundamentalmente* en los aspectos *simbólicos* del estilo (ropa, música, etcétera) sino que debe ser buscada en todo la gama de actividades, contexto y objetos que juntos constituyen un conjunto estilístico–. Entonces la reacción *Skinhead* en contra de los *Hippies* no está únicamente manifestada en su oposición a la ropa y los estilos de cabellos, sino también en las agresiones físicas a los *Hippies* (a menudo bajo el aspecto de “palizas a maricas” o sus “invasiones” en los Conciertos Libres del Hyde Park). De manera similar su “defensa de la comunidad” aparece no sólo en una variedad de fenómenos simbólicos (ropas “de trabajo”, *slogans* pintados, etcétera) sino también en las acciones violentas y físicas (“palizas a paquistaníes”, batallas de pandillas, etcétera), como también en su “re-ocupa-

7 [N. de T.] En 1972, la editorial Penguin publicó un libro llamado *The Paint House*, que contaba la historia de una banda de *Skinheads* de Bethnal Green. Se trata de un libro de tipo sociológico que recopila los pensamientos y acciones de una banda de *Skinheads* llamada Collinwood, al igual que el lugar al que pertenecen. El *Paint House* era un club juvenil, que en un principio fue destrozado por los *skins* de Collinwood, y luego se convirtió en su segundo hogar.

ción” de las instituciones tradicionales de ocio de la clase trabajadora –pubs y canchas de fútbol–.

#### 6. Consecuencias de la diferenciación estilística

Sin embargo, también es cierto que una parte significativa del cambio de los estilos particulares parece haberse desarrollado en relación a un otro grupo subcultural externo, específico. Los *Mods* y los *Rockers* son el mejor ejemplo de este inmediato desarrollo de opuestos. El estudio de Barker y Little (1964) acerca de los delincuentes de Margate<sup>8</sup> nos brinda ejemplos sobre cómo los dos grupos definieron su propia imagen en parte por referencia a sus diferencias con el otro grupo:

“Los *Mods* y los *Rockers* tenían una imagen positiva y negativa de sí mismos: la positiva revelaba cómo ellos se veían, la negativa por cómo veían a sus rivales. Ambos se veían a sí mismos en términos de la vestimenta, tanto con el bien conocido traje liso de los *Mods* o con las camperas de cuero y los jeans de los *Rockers*.

Las imágenes negativas son diferentes. Los *Rockers* ven a los *Mods* como afeminados. ‘Ellos pueden usar faldas si quieren en tanto yo no me los confunda con una chica’: esta era una opinión tolerante. Los *Mods* ven a los *Rockers* como sucios y desaliñados: ‘Largos cabellos grasosos-usan gel para el pelo. Ellos apestan como chimeneas de destilerías’.

Puntos similares se repiten a través de los comentarios sobre los episodios de los *Mods* y los *Rockers*: los *Mods* ridiculizan la imagen cruda, tradicionalmente masculina que los *Rockers* tienen de sí mismos, contraponiendo su propio “frescor” y sofisticación a esa crudeza; los *Rockers* se enfocan en el “afeminamiento” del estilo Mod. De todos modos, el análisis de Stan Cohen (1973) sobre las reacciones sociales de los *Mods* y los *Rockers* nos advierte sobre simplificar demasiado la mirada a esta forma “oposicionista” de la creación de la imagen. Cohen argumenta que el frente de “batalla” original estaba basado sobre divisiones, no *Mods*

*versus Rockers* sino entre los locales y aquellos venidos de Londres (aunque parece posible que la membresía de los *Mods* y los *Rockers* estuviera distribuida más allá de estas divisiones). Sin embargo, las noticias posteriores cubrieron las “batallas” en términos de un escenario de confrontaciones tipo *West Side Story*<sup>9</sup> entre dos “superpandillas”, encajando la división como esencialmente una “batalla entre estilos”. Murdock (1974) señala las consecuencias de esto: “(...) sin sorpresas, este imaginario de polarización penetró la auto-imagen de los miembros del grupo, con el resultado de que los elementos del estilo que habían sido previamente neutrales se convirtieron en foco del antagonismo intergrupal y del conflicto. Este conflicto sirvió para confirmar y amplificar la imagen original”.

El análisis de Cohen nos ofrece dos advertencias generales: primero, no obturar el complejo y largo proceso del desarrollo estilístico en un momento demasiado estrecho de análisis y así descuidar cómo ciertos aspectos son tomados, o como se ven imbuidos de especial significación en momentos particulares y en relación con eventos específicos. Segundo, nos advierte en contra de ver el desarrollo del estilo como un proceso en gran medida interno de los grupos una vez que ha sido puesto en movimiento. Las relaciones externas y los principios estructurantes que ubican al grupo en una situación específica no desaparecen simplemente de la escena una vez que el estilo del grupo existe, sino que continúan como parte del ambiente determinado en el cual el grupo se mueve y actúa.

Finalmente en esta sección debemos prestar atención a las consecuencias de la existencia del estilo para el grupo. La creación de un estilo distintivo no es simplemente un tema de incorporar la propia identidad de la subcultura y la imagen de sí mismos. También representa la función de definir los límites del grupo más nítidamente en relación a sus miembros y a todos los de afuera, una función que es una consecuencia específica para la existencia

8 [N. de T.] El estudio trató sobre 44 jóvenes presidiarios en la corte del magistrado Margate.

9 [N. de T.] *Amor sin barreras* o *West Side Story* (EE.UU., 1961) es uno de los musicales más famosos del cine, dirigido por Robert Wise. El argumento está basado en la historia de *Romeo y Julieta*, de W. Shakespeare, pero adaptada a los tiempos modernos: dos bandas de jóvenes, los *sharks*, inmigrantes puertorriqueños, y los *jets*, norteamericanos blancos, están enfrentadas. El conflicto surge cuando María, puertorriqueña, y Tony, norteamericano, se enamoran.



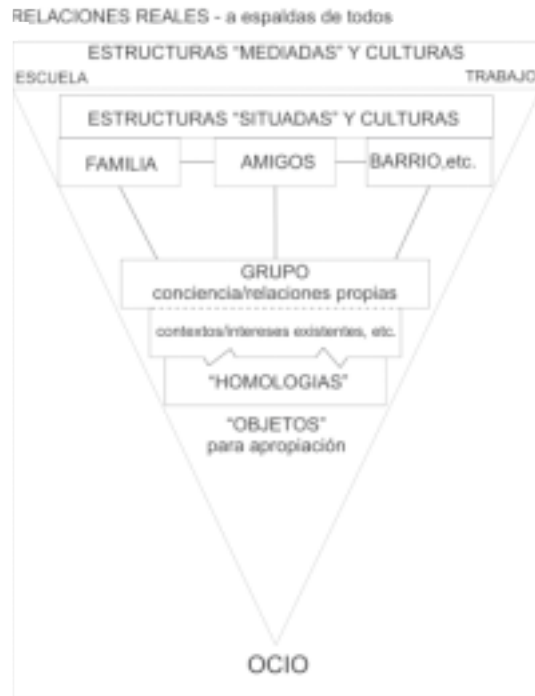
continuada del grupo. Por ejemplo, los análisis de Jefferson muestran cómo la creación de un estilo distintivo Teddy Boy representaba para el grupo una de las pocas maneras a través de las cuales ellos podían obtener un estatus particular y ejercer cierto control. La consecuencia de esto fue hacer de la *apariciencia* un tema de especial sensibilidad para los miembros del grupo. Jefferson argumenta que esto justifica su sensibilidad y las “reacciones exageradas” a los insultos (reales o imaginados) de otros. En otro sentido Fletcher (1966) informa sobre el desarrollo de la pandilla de *Merseyside* en relación a la música *beat*, ilustrando cómo los intereses cambiantes del grupo y su compromiso cada vez más fuerte con la música como una preocupación fundamental de la vida grupal, modificó las relaciones del grupo (llevando a algunos de ellos a abandonarlo), cambió sus actividades recurrentes y alteró varios de los contextos en los cuales las actividades del grupo regularmente se desarrollaban. Aun así, la génesis de un estilo distintivo identifica al grupo pero también los hace más vulnerables a la intervención de variadas formas de reacción social. De este modo, Rock y Cohen (1970) nos dan ejemplos sobre los salones de baile y los cines que prohíben que aquellos que vistan trajes eduardianos utilicen las instalaciones, y los trabajos de Cohen sobre los *Mods* ilustran cómo la policía saca a los “*Mods*” (por ejemplo, cualquiera que luzca como la imagen pública del *Mod*) fuera de los paradores de la playa, mientras que los dueños de los negocios y los lugares de entretenimiento estaban llenos de gente joven que se veía como los *Mods* y los *Rockers*. Cuando la policía tomó acciones en contra del hooliganismo en el fútbol a finales de los sesenta, los jóvenes que usaban la ropa *skinhead* sufrieron la persecución policial, incluso si la policía les había sacado fuera del estadio sus botas, tiradores y cinturones; además de la rutina policial –captura y arresto de los fans adentro del campo y la escoltada en su camino hacia y desde los partidos–. También te-

nemos evidencia que sugiere que la policía puso presión sobre algunos organizadores de discotecas para que no admitan jóvenes negros vestidos en un cierto estilo distintivo “*Rudie*” aún cuando las discotecas eran bien conocidas por su repertorio de *reggae* y *soul*.

Brevemente, la evolución del estilo tiene consecuencias tanto para el grupo como para la manera en que el grupo es visto, definido y “reacciona” ante los otros. Los estilos subculturales se han convertido en la vía principal por la cual los medios masivos de comunicación visibilizan “la juventud”. Los jueces, la policía y los trabajadores sociales usarán estereotipos basados en la *apariciencia* y el vestir para etiquetar a los grupos y relacionarlos con ciertos tipos característicos de comportamiento. Aspectos del vestir, el estilo y la *apariciencia*, entonces, juegan un rol crucial en la estigmatización de los grupos así como en el funcionamiento y la escalada de la reacción social. A pesar de que está más allá de lo planteado en esta sección, debemos comentar que este tipo de reacciones generadas entre diferentes grupos, por la existencia de estilos identificables, debe tener consecuencias para la propia posición del grupo en relación con el estilo que han desarrollado. Si esto intensifica su compromiso hacia la mayor solidaridad grupal o la desarrolla hacia un nuevo nivel, o si finalmente la reacción social se vuelve exitosa en disuadir a los miembros tan identificados con sus propósitos, es una pregunta empírica a ser establecida más precisamente. Sin embargo los comentarios de Jefferson sobre los *Teds*, sugieren que la reacción pública hacia la apropiación original de los Trajes Eduardianos fue un instrumento en el desarrollo de sus propias acentuaciones distintivas y adaptaciones del traje básico. Él argumenta que la elección del uniforme fue inicialmente “(...) un intento para ganar estatus (ya que la ropa era originalmente usada por los dandis de la clase alta) que al ser rápidamente desechado por la áspera reacción social [...] fue seguido por el intento de crear su propio estilo(...)”.



## MEDIACIONES Y LA GÉNESIS DEL ESTILO



## Difusión y difuminación del estilo<sup>10</sup>

### 1. Difusión

La discusión sobre la difusión estilística es acosada por varias trampas, imágenes fácilmente asequibles, propósitos de todo tipo sobre cómo trabaja "la explicación" en términos solamente de anuncios en los medios o de manipulación comercial o en términos de contagio epidémico natural. Lo que queremos remarcar es primero, la relativa *apertura* de los procesos de apropiación estilística y, segundo, el papel significativo que juegan las *contradicciones* inherentes a los intentos, hechos por la cultura dominante, de sacar provecho de los estilos culturales nativos. La contradicción en este nivel es evidente en el desarrollo comercial, entre las demandas del *marketing* –novedad, rápidos cambios de la moda, el estar al día y la discontinuidad– y las demandas de la producción, para la estandarización, la facilidad y la economía de la continuidad y la producción en escala. A otro nivel, la explotación de los estilos subculturales por la cultura dominante tiene en sí misma dos aspectos opuestos; del lado positivo una inversión comercial muy fuerte en el mundo juvenil de la moda y las tendencias y del lado negativo, el uso persistente de las caracterizaciones del estilo como estereotipos convenientes para identificar y, esperanzadamente, aislar grupos generalmente considerados como "antisociales". En esta última maniobra, la "apertura" de los procesos es particularmente crítica ya que las caracterizaciones selectivas usadas (por ejemplo *Mods* = violencia/drogas; *Hippies* = drogas/inmoralidad; *Skinheads* = violencia irracional) son en sí mismas simbolizaciones y por ello tema de interrupción en potencia entre la "codificación" dominante del mensaje y la "decodificación" practicada por los destinatarios<sup>11</sup>.

Como un ejemplo de los procesos complejos de trabajo, debemos considerar la difusión del estilo *skinhead* que puede primero ilustrar los mecanismos de difusión por el contacto cara a cara. Debido

10 [N. de T.] Aquí el autor realiza un juego de palabras con los términos en inglés de *difussion* (difusión) y *defusion* (difuminación o esfumado).

11 Aunque no podemos profundizar aquí toda la complejidad de los procesos de los medios, ver entre otros, Hall, S. "Encoding and Decoding in the Media Discourse", en *Stencilled Papers* N° 7, CCCS, Universidad de Birmingham, 1973.

a que “los lados” de las canchas de fútbol ya estaban bien “organizados” antes de que el estilo *skinhead* apareciera y porque los *skinhead* colocaban al fútbol como uno de sus más grandes teatros sociales, los encuentros de mayor tamaño de diferentes grupos ocurrían frecuente y geográficamente en un marco estructurado. A pesar de que estas reuniones eran cortas y de naturaleza relativamente violenta, el estilo pudo ser transmitido desde sus progenitores hacia los grupos que podían identificarse dentro de, al menos, algunos significados comunes. Pero debemos notar aquí nuevamente cómo tal contacto produce una “apreciación” *selectiva* del estilo original en aquellos que lo toman y lo adaptan.

En segundo lugar, las noticias de los medios seleccionan aquellos aspectos del estilo que van a ser considerados públicos de acuerdo con la percepción de la cultura dominante sobre su significado. En el caso de los *skinheads*, como en otros, la imagen es presentada a la audiencia con todas las connotaciones negativas. Para aquellos que comparten las percepciones de la cultura dominante, esa “codificación” puede ser “decodificada” sin serias deformaciones. Pero las lecturas “desviadas” pueden ser hechas por grupos de adolescentes *ya de por sí* involucrados en el “gamberrismo” de los partidos de fútbol. Ahí, los informes de los medios de comunicación acerca de los grupos igualmente comprometidos, pero distinguibles por la ropa que usan y los cortes de pelo que adoptan, puede proveerle a los hinchas de fútbol “sin estilo” un medio de entrada al estilo subcultural completo. Su propia estructura de relevancia (fútbol/violencia/pertenencia al grupo) les permite interpretar nuevos ítems sobre las pandillas de *Skinhead* en una forma positiva y leer potenciales conexiones entre el estilo y sus propias actividades. Todavía hay conexiones *potenciales*, y si nosotros permitimos una especie de “espacio cultural”, en donde los previamente “sin estilo” pueden re-trabajar la doblemente superpuesta presentación simbólica (grupos *Skinheads* “originales” mas lo

que se transmite en los medios) dentro del propio estilo de vida del grupo, podemos explicar mejor las variaciones que aparecen entre las diferentes versiones geográficamente localizadas del estilo.

En ese ejemplo hemos considerado la presentación de las noticias orientadas por los medios y el costado negativo de la explotación del estilo subcultural por parte de la cultura dominante. Pero un punto es al menos relevante en el análisis de la discusión de las formas de explotación positivas, comerciales y de “entretenimiento”. En aquel lugar donde los medios de comunicación desnudan y desagregan el estilo nativo para hacer su propia comunicación simbólica (y derogatoria), ellos pueden ampliar el “espacio cultural” que permite la selectiva reelaboración y reapropiación del estilo por los grupos geográficamente dispersos. De modo similar, las motivaciones del *marketing* provocan la generalización y puesta al descubierto del estilo subcultural original; los elementos simbólicos pierden su relación primaria, integral con el contexto específico de vida, y se vuelven más abiertos a las variaciones en la estructuración precisa de su reapropiación por parte de otros grupos, cuyas actividades, auto-imágenes e intereses focales no son precisamente los mismos.

Es necesario destacar el grado de “espontánea” reestructuración, *por fuera* de los mecanismos comerciales en sí mismos, ya que es fácilmente oscurecido por las manifestaciones paralelas que surgen de las contradicciones entre las demandas de contradicción y las de *marketing*. Para los intereses comerciales a gran escala, la atracción opuesta a la estandarización de productos económicos y a las novedades vendibles, puede ser parcialmente facilitada por la práctica de desarrollar una “fórmula” para una tendencia particular y explotándola hasta la última venta –como por ejemplo en la búsqueda intensa que siguió al éxito de Los Beatles, de tantos grupos como fuera posible, de sostener conexiones con Liverpool—<sup>12</sup>. Pero las preguntas continúan dominadas

12 Comparar también los comentarios de Laing, D. *The Sound of Our Time*, Sheed and Ward, 1969; en los intentos por reproducir la imagen de Presley.

por las demandas de producción y la estandarización de una tendencia va en sentido contrario a las necesidades del *marketing* de producir *nuevas* tendencias que reemplacen a las viejas. A pesar de los valientes (y financieramente, al menos, poco rentables) esfuerzos en esta dirección, las industrias de la música y de la moda han estado generalmente limitadas al trabajo de “variación sobre el tema” y ha sido demasiado fácil para las variantes subculturales del estilo acomodarse a un complejo local específico de actividades e interpretaciones, subsumidas bajo este proceso comercialmente oportuno.

Además, los mayores desarrollos en la Cultura Juvenil comercial han derivado de las innovaciones originadas por *afuera* del mundo comercial, al nivel de la “raíces”. Para ser exitoso, un impulso de este tipo debe desarrollarse desde contextos locales e interacciones, y satisfacer “necesidades” locales, antes de atraer desarrollos comerciales a gran escala (consultar los análisis de Herman (1971) del “Sonido Mersey”<sup>13</sup>). De nuevo, hay una compleja serie de paralelismos e interpenetraciones. Mientras marchan los intereses de la Industria de la Juventud, los estilos existen como valores de intercambio en el mercado juvenil sólo si pueden ser lo suficientemente generalizados como para satisfacer similares “necesidades” de sus consumidores en una escala más amplia. Pero el rol de los jóvenes en sí mismos, en este proceso de difusión, no debe ser pasado por alto. Al tiempo que las compañías de discos emplean habitualmente músicos jóvenes de grupos que han surgido recientemente, para que los ayuden a definir, testear y si es posible anticipar las nuevas pautas musicales y, aun a veces, tratar sin éxito de crearlas. En el vestir, en la moda y en los cosméticos y también en la “manufactura” y el *marketing* de las “modas juveniles” específicas, los jóvenes emprendedores en contacto con sus mercados han jugado un rol clave. Tales iniciativas de la moda, y de pequeños sellos discográficos, han anticipado tendencias y explorado mercados, a menu-

do a menor escala y sobre la base de una inversión relativamente baja, antes que las compañías de producción en masa las instalaran.

La difusión de los estilos juveniles de las subculturas hacia el mercado de la moda, no es simplemente un “proceso cultural”, sino una red real o infraestructura de nuevos tipos de instituciones comerciales y económicas. Los negocios de discos a pequeña escala, las compañías discográficas, las *boutiques* y una o dos compañías de manufactura femenina –versiones de capitalismo artesanal más que fenómenos inespecíficos y generalizados– sitúan la dialéctica de la “manipulación” comercial. Toda la explosión de mediados de los sesenta del *Swinging London*<sup>14</sup> estuvo basada en la difusión comercial masiva de lo que era originalmente el estilo *Mod*, mediado a través de este tipo de redes, y finalmente convertido en un fenómeno comercial y cultural “de masas”. La era de Los Beatles es uno de los ejemplos más dramáticos de la forma en que desde el origen un estilo subcultural fue transformado, a través de una cada vez más importante organización comercial y expropiación de la moda, hacia un simple estilo de “mercado” o “consumible”.

## 2. Difuminación

Aparte de la posibilidad continua de la redefinición y la reapropiación subcultural, se identifican dos procesos “de masas”. Uno es lo opuesto a la reapropiación genuina de las raíces: la *difuminación* comercial de un estilo particular para hacerlo ampliamente comercializable. El otro es una emergencia aliada con la idea de una Cultura Juvenil generacionalmente específica. Ambos procesos se las ingenian para evadir las realidades concretas de clase.

Por “difuminación” queremos decir que un estilo particular es desplazado del contexto original y del grupo en donde es generado, y retomado con énfasis en aquellos elementos que lo hacen “una propuesta comercial”, especialmente su novedad. Para el punto de vista de la subcultura que lo gene-

13 [N. del T] The Mersey Beat o Mersey Sound es el nombre de un tipo de música que provenía de la ciudad de Liverpool, Inglaterra, alrededor de los años sesenta. El grupo más famoso de este género son The Beatles.

14 [N. del T] La expresión *Swinging London* hace alusión a la efervescencia cultural que vivió la ciudad de Londres durante la segunda mitad de los años sesenta y que convirtió a la ciudad inglesa en la capital mundial de la cultura y la moda. El término *Swinging London* fue acuñado por la revista *Time* en su número del 16 de abril de 1966, tomando como referencia a la popular emisora de radio pirata *Swinging Radio England*. El término *Swinging* se utilizaba en aquella época para referirse a lo moderno.

ró el estilo existe como un *estilo de vida total*; a través del nexo comercial se transforma en *estilo de consumo novedoso*. Típicamente los elementos más “aceptables” son remarcados y otros desacentuados. El comentario de Herman sobre *Ready, Steady, Go* y el estilo Mod es el ejemplo perfecto para este proceso: “*Ready, steady, Go (RSG)* fue un enormemente popular programa pop en la línea de los tempranos *Especiales 6.5* con una audiencia en el estudio en vivo y grupos haciendo *play back*. Fue parte de una vasta máquina publicitaria destinada a beneficiar a los productores de mercancías del estilo *Mod*. Cada miembro de la audiencia recibía una carta muy amable recordándole a él o a ella vestirse con estilo, bailar lo mejor que pudiera, no fumar y comportarse como un buen joven británico mientras en el show [...] más que nada se publicitaban las tendencias musicales ya existentes [...]. De hecho *RSG* más de una vez estuvo de acuerdo con un tipo de *Mod* castrado, sin píldoras, sin peleas callejeras, solamente lo bonito. *RSG* fue uno de los muchos lugares en donde lo ‘*Mod*’ estaba ‘restringido por la incorporación parcial’. Los aspectos más displacenteros debían ser ignorados si a los *Mods* se iba a permitir bailar enfrente de las cámaras” (1971: 54).

Los elementos simbólicos, propiamente la ropa y la música, son apartados del contexto de las relaciones sociales, como los elementos más codiciados para “promocionar” en la base más amplia del mercado juvenil. Y esa fórmula comercial es precisamente la mayor dimensión en la que la existencia de una única cultura generacional ha sido posicionada. El mercado al cual el estilo de consumo es dirigido es concebido como *generacional* –la identidad de los objetos vendidos se define por su “juventud”–, no es tenido en cuenta como teniendo ninguna base de *clase*. Este proceso no es tanto una conspiración de parte de los vendedores y los fabricantes, sino más bien una función “natural” del proceso de la mercancía burguesa y su produc-

ción ideológica. La producción para un mercado juvenil específico está localizada en la imagen de una sociedad moviéndose hacia un “desclasamiento”; esta definición fue corporizada específicamente en la idea de una “brecha generacional” y la afluencia cada vez mayor de la juventud. Estas definiciones de mercado soportan todo el rango de los procesos de la “producción juvenil”, intensificada por la naturaleza “generalizante” de la producción de mercancías burguesas como un todo. Esto en cambio refuerza la “evidencia” de la existencia de una Cultura Juvenil genérica y generacional, *proveyendo* los mismos artefactos que fueron imaginados para señalar sus diferencias con la cultura adulta. Los estilos comerciales lograron servir para definir el contenido cambiante de la “Cultura Juvenil” independientemente de los modos estilísticos de los grupos diferencialmente localizados.

#### Los límites del Estilo

Phil Cohen (1972) ha sugerido que las subculturas intentan una “solución mágica” de las contradicciones de clase. Nosotros queremos rellenar la idea de “solución mágica” considerando los límites del estilo en el contexto de la relación entre la cultura hegemónica y la subordinada. Por “solución mágica” nosotros entendemos no solamente los intentos de captar los problemas que surgen de las contradicciones de clase sino también los intentos por *solucionarlos*, que crucialmente no montan sus soluciones sobre el terreno *real* en donde las contradicciones en sí mismas emergen, y dejan entonces de representar una alternativa, una solución potencialmente contra-hegemónica. Hegemonía significa precisamente la dominación de los aspectos fundamentales de la sociedad a través del control de las instituciones sociales más importantes y la conformación de la cultura de la sociedad a partir de la clase dominante. Hasta el punto de que pone en duda lo que es ofrecido a esta dominación, sólo

parcial o desmontable, en tanto perpetúa inmanentemente lo que Gramsci llama “corporativo”.

En el caso de las subculturas de la clase trabajadora, una fuente general de sus limitaciones es la adopción intensificada de aquella parte de la problemática de su cultura parental que ve al ocio como un campo de lucha significativo de “relativa libertad de clase”. Planteando sus “soluciones” solamente dentro de esta arena, los movimientos subculturales hacen un intento “mágico” de resolver las contradicciones que enfrentan, dado que el desplazamiento hacia el ocio involucra la *supresión* más que la trascendencia de esas otras áreas clave en donde las contradicciones son generadas. Esta supresión toma la forma de una trascendencia puramente mágica de las áreas del trabajo y la familia.

En el caso de los *Mods*, su intento de solución a la opresión y a la experiencia rutinizada del trabajo fue la disolución en la explotación engrandecida del tiempo libre, y su “subversión” a los bienes ligados al ocio. La falla del estilo en la generación de una alternativa debe, como insiste Hebdige, ser parcialmente entendida en términos de sus propias contradicciones inherentes, como también en los términos de las fuerzas que se les oponen. Por ejemplo, la preocupación de los *Mods* por definirse a ellos mismos como un “Estilo”, como una “imagen”, haciéndolos susceptibles de ser incorporados al sector comercial y a los medios en precisamente aquellos términos, representa una incorporación desde el punto de vista de la cultura dominante. De manera similar, su subversión respecto de las mercancías tuvo lugar solamente en el punto del consumo; la supresión de sus experiencias de trabajo en la búsqueda del tiempo libre rebelde abandonó el modo productivo del cual “en última instancia” depende la apariencia de la mercancía, que no resultó afectada completamente.

La reconstrucción Skinhead de una imagen de una comunidad de clase trabajadora en su propia práctica fue esencialmente una respuesta defensiva pero, de manera más importante, la afirmación sim-

bólica del “territorio” disimuló el declive de la base material real de la comunidad tradicional que estaban intentando recrear. Esta “refundación” de la comunidad fue llevada a cabo dentro del campo del ocio y ha carecido de relaciones que, en su forma real, conecten el mundo de la comunidad con el mundo del trabajo. Los límites impuestos por una solución puramente basada en el ocio, pueden guiar a la disolución de la propia subcultura. Phil Cohen comenta que: “la subcultura inviste los puntos débiles de la cadena de la socialización, entre los nexos familia/escuela, y la integración dentro del proceso de trabajo que marcan el resurgimiento de los patrones de la cultura parental para la próxima generación” (1972: 25-26).

Son precisamente estos “puntos débiles” que hemos argumentado los que permiten que la joven clase trabajadora experimente el ocio como el área de vida dominante y que conceda el “espacio” para la forma en que se desarrolle esa experiencia de ocio –la subcultura–. Para ilustrar esta naturaleza transitoria de los puntos débiles nosotros hemos elegido un aspecto particular del estilo *Skinhead*. Uno de los aspectos del estilo de vida de la subcultura fue una acentuación en la imagen tradicional del comportamiento “masculino” y una de las formas que tomó esta imagen fue la de “chauvinismo colectivo” hacia las mujeres vinculadas con la subcultura. Estas chicas, que pertenecen al mundo colectivo del grupo, están “disponibles” para experimentación sexual colectiva o individual y son conocidas como “escorias” o “putitas” –distinguiéndolas de las “chicas buenas”–<sup>15</sup>. Es solo en el campo del ocio, y la forma subcultural como este es vivido, en donde este chauvinismo colectivo continúa siendo el centro dominante de la vida de los miembros. Las citas “fijas” con una de las “chicas buenas” necesariamente rompen con las rutinas colectivas de la vida del grupo y se mudan a una forma de sexualidad más individualizada. Los dos procesos son mutuamente exclusivos –demandando el compromiso

15 Sobre las *escorias* y las *putitas* de los *skinhead* ver Daniel, S. y MC Guire, P. (editores) *The Paint House*. Penguin, 1972, pp. 35-36 y 52-53. La división es no solo particular de los *skinhead*, ver por ejemplo Wilmott, P. *Adolescent boys of East London*. Penguin, 1969 y Parker, H. J. *View from the Boys*. David and Charles, 1974.

de recursos escasos (tiempo y dinero)– en diferentes direcciones. Consecuentemente, con el establecimiento de patrones de cortejo individualizados, la vida y el desarrollo del grupo declina, la alternativa subcultural “se disuelve” ya que falla al montar una alternativa viable a los patrones dominantes de una sexualidad a largo plazo.

La subcultura que fetichiza el ocio es viable en tanto los patrones colectivos del tiempo libre puedan ser mantenidos como predominantes sobre otras áreas. Cuando el trabajo y la familia demandan que se asuman mayores responsabilidades el estilo del tiempo libre colectivo, precisamente porque no provee soluciones o alternativas en esas áreas, se disuelve como una parte continua de la biografía “(...) en las subculturas [...] no hay proyectos de carrera como tales (...)” (Cohen, 1972: 26).

Estos límites de la subcultura de la clase trabajadora pueden tal vez ser mejor mostrados por comparación con las relativamente largas carreras de la subcultura de clase media como son los *Hippies*. Esto radica en el hecho de que también ahí el ocio aparece como el foco principal de la atención de las subculturas, también son intentos (limitados) de generar estrategias alternativas al trabajo, la producción y la sexualidad. No es para decir que la subcultura *hippie* no tuvo sus propias contradicciones y limitaciones<sup>16</sup>: solo que sus intentos de crear alternativas sobre una amplia gama de áreas de la vida le dieron una gran viabilidad como forma cultural alternativa.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARMISTEAD, N. (editores). *Reconstructing Social Psychology*, Penguin, 1974.
- BARKER, P. y Little, A. “The Margate Offenders: A survey”, en *New Society*, 30 de Julio de 1964.
- COHEN, P. “Sub-cultural conflict and Working Class Community”, en *Working Papers in Cultural*

*Studies*, N°2 (primavera), CCCS, Universidad de Birmingham, 1972.

-COHEN, S. *Folk Devil and Moral Panic*, Paladin, 1973.

-DANIEL, S. y MC Guire, P. (editores). *The Paint House*, Penguin, 1972.

-FLETCHER, C. L. “Beats and Gangs of Merseyside”, en RAISON, T. (editor). *Youth in New Society*, Hart-Davis, 1966.

-FOSTER, J. *Class Struggle and Industrial Revolution*, Weindenfeld and Nicolson, 1974.

-HALL, S. “Encoding and Decoding in the Media Discourse”, en *Stencilled Papers* N° 7, CCCS, Universidad de Birmingham, 1973.

-HERMAN, G. *The Who*, Studio Vista, 1971.

-HUTT, C. *The Death of the English Pub*, Arrow, 1973.

-LAING, D. *The Sound of Our Time*, Sheed and Ward, 1969.

-LEVI-STRAUSS, C. *The savage mind*, Weinfeld and Nicholson, 1966.

——— *Totemism*, Penguin, 1969.

-MELLY, G. *Revolt into Style*, Penguin, 1972.

-MURDOCK, G. “Mass Communication and the Construction of Meaning”, en PARKER, H. J. *View from the Boys*, David and Charles, 1974.

-ROCK, P. y Cohen, S. “The Teddy Boys”, en BOGDANOR, V y Skideslki, R. (editores), *The Age of Affluence*, Macmillan Papermac, 1970.

-TAYLOR (editor). *Politics of Deviance*, Penguin, 1973.

-WALVIN, J. *The Peoples’s Game*, Allen Lane Wallvin, 1975.

-WILLIS, P. *Pop Music and Youth Groups*. Tesis de Doctorado Inédita, CCCS, Universidad de Birmingham.

-WILMOTT, P. *Adolescent boys of East London*, Penguin, 1969.

-YOUNG, J. “The Hippies: an Essay in the Politics of Leisure”, en TAYLOR L. y Taylor I. (editores), *Politics of Deviance*, Penguin, 1973.

16 Para un análisis de los *hippies* en estos términos véase Young, J. “The Hippies: an Essay in the Politics of Leisure”, en L. Taylor & I. Taylor (editores), *Politics of Deviance*, Penguin, 1973.