



Propuestas
para pensar - hacer desde el folleto

FIESTA CRITICA

Vivir la fiesta es compatible con la consciencia y con reivindicar contra lo que nos limita o nos sitúa en situación de precariedad. Que el ocio sea un parque temático de diversión en dónde sólo gastamos nuestros cuatro euros y comprar felicidad, les va genial a quienes quieren que estemos distraídos y distraídas, participando sin actitud crítica en el mercado del consumo.

HAGAMOS UNA FIESTA SOLIDARIA Y REIVINDICATIVA.

 consejo de la juventud
de navarra
nafarroako gazte kontseilua
C/Sangüesa, 30 / Zangorra K.A. • 31008 PAMPLONA/LEINA



Gobierno de Navarra
Departamento de Salud

Educación para la Acción Crítica: <http://edpac.org> ■ ong@edpac.org
Consejo de la Juventud: c/Sangüesa 30. Pamplona ■ Tel: 948 23 48 19
gazte-ko@pangea.org ■ www.cjn-ngk.org



FIESTA SÍ, PERO... ¿CRÍTICA?

➤ Está claro que vivimos en una sociedad basada en el consumo que es el motor de la vida económica y social. El consumismo tiene obviamente, repercusiones negativas en nosotras y en los otros nosotros, en el entorno en el que vivimos y también, en el que otras personas viven.

Salir de fiesta –en muchos casos– se ha convertido en parte de este montaje consumista. La mayoría de jóvenes nos encontramos inmersos en él sin ser apenas conscientes: moda, maquillaje, coche, drogas, discoteca, música-negocio... Todo está organizado para que, de uno u otro modo, nos convirtamos en consumidoras y consumidores acríticos. Y las leyes –las del mercado y otras– se ponen más severas para asegurar que cada vez aumenten la distancia entre la calle y nosotros/as, y se tiendan a fusionar el negocio y el ocio, la fiesta y el hedonismo.

El material **Fiesta Crítica** es una herramienta más para facilitar nuestro análisis y reflexión –la de la juventud– para que identifiquemos cómo nos venden la moto. Y, poder desde ahí, promover cambios que nos lleven a divertirnos de forma más responsable, solidaria y creativa.

Las **Propuestas para pensar - hacer** que tenéis entre las manos, están destinadas a personas con las que actuamos en animación, educación, mediación y cualquier otro “acción” de o con jóvenes. Son para todas aquellas y aquellos que trabajamos en el día a día, para que –noche a noche– las cosas sean diferentes.

Son propuestas abiertas, unas ideas no ideales pensadas para que podamos aprovechar al máximo el material, ya sea desde nuestro trabajo profesional o desde los movimientos sociales, asociacionismo y (des)organizaciones comunitarias.

Todo ello es el resultado de la cariñosa sinergia entre el Consejo de la Juventud de Navarra –de y para jóvenes– y de Educación para la Acción Crítica –para fomentar un hacer más solidario–, con el apoyo del Plan Foral de Drogodependencias de Navarra.



¿FIESTA CRÍTICA EN EL BAR O EN NUESTRO LOCAL?



Tenemos dos posibilidades, repartirlo en lugares con una gran afluencia de energía juvenil, y en otros con los que tengamos cierto vínculo:

¿+ CANTIDAD?

Puede que nuestra primera tentación sea ir al bar que conocemos el que está lleno de jóvenes– y dejarlo en la barra o encima de la máquina de tabaco-que-mata de la discoteca.

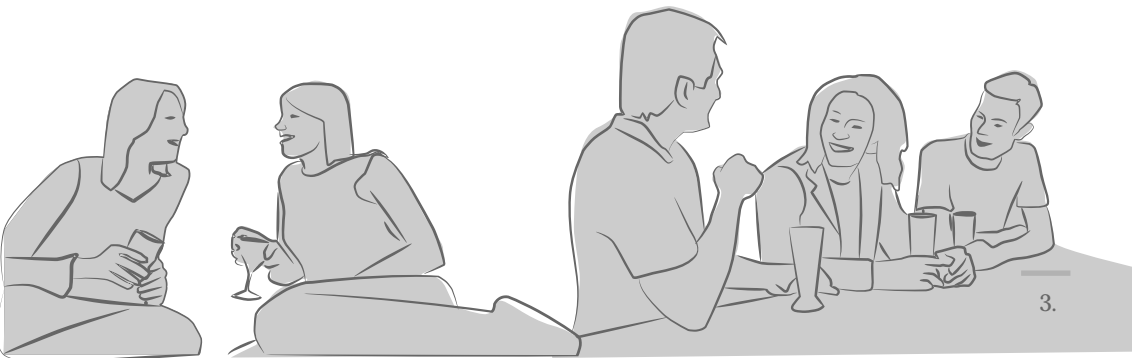
Así aseguramos una difusión amplia. Pero –sobretudo si no se trata de un garito donde la gente ya tiene cierta disposición a pensar y ser pensado– quizás entre aquellos y aquellas que lo cojan, sólo algunos lo lean y profundicen en su texto. Otras se lo agenciarán para apuntar el teléfono de su nuevo y provisional amor.**

¿+ CALIDAD?

La forma idónea para trabajar este material, es facilitándoselo a los jóvenes en los espacios donde podamos llevar a cabo un análisis, discusión y reflexión.

En asociaciones, gaztetxes, bajasas, nuestros espacios de ocio alter-nativos, en nuestro local...

Su ambiente suele ser un entorno más propicio a la reflexión, donde se puede leer y, en muchas ocasiones, montar actividades formales "o no" de trabajo.





:03 | ¿PARA QUÉ FIESTA CRÍTICA?

➔ Está pensado para que la gente joven identifique algunas de las acciones consumistas, pasivas, insolidarias, sexistas, xenófobas, racistas, homófobas... que se dan en los espacios de fiesta.

Está pensado para que el joven o la joven que quiera, obtenga información y le sacuda –de forma urgente e irremisible- el deseo de saber más acerca de lo qué hay detrás de un cubata o de una camisa fashion.

Está pensado para que las y los jóvenes seamos conscientes (aunque se esfuercen en decir que por definición somos in-conscientes) de que:

(1) nuestros actos tienen consecuencias más allá de nuestras narices, (2) nos animemos a llevar a cabo pequeños cambios en las actitudes y comportamientos, en caso de necesidad, (y 3) para que mejore nuestro entorno inmediato y más lejano –que se socialicen las felices perdices. (4) Cuidar de nosotr@s mism@s es importante para vivir de forma más saludable.

:04 | ¿DE QUÉ TRATA FIESTA CRÍTICA?

➔ Los contenidos generales y capitales del material son:

1. El consumo como estilo de vida: la fiesta como un espacio consumista más...
2. Salir de fiesta como medio para desconectar: evadirse, no enfrentarse a la propia realidad, a los problemas, a aquello que no nos gusta, que nos asusta...
3. El culto al cuerpo: importancia que se le da a la imagen, la moda y a todo lo superficial...
4. Intimidación y agresividad: el protagonismo que tiene las relaciones desde la desconfianza, el si-no-te-conozco-eres-mi-enemigo/a o la violencia...



5. El consumo de los recursos y espacios naturales: el usar y tirar de la sociedad de y del plástico...
6. Los del negocio del ocio: la industria de la fiesta para sacar pasta...
7. Los espacios de fiesta como reflejo y refuerzo de los roles de género y actitudes sexistas.

Cada apartado utiliza el nombre de un BAR. Para darle un toque simpático a temas que –en muchas ocasiones– no tienen ninguna gracia. Cada tema, va acompañado de propuestas de acción que siguen la máxima aquella de otro bar es posible. Y como cada bar es un mundo, también: otro mundo, podemos hacerlo posible.

:05

EL FOLLETO; UN PRE-TEXTO PARA REALIZAR ACTIVIDADES EDUCATIVAS



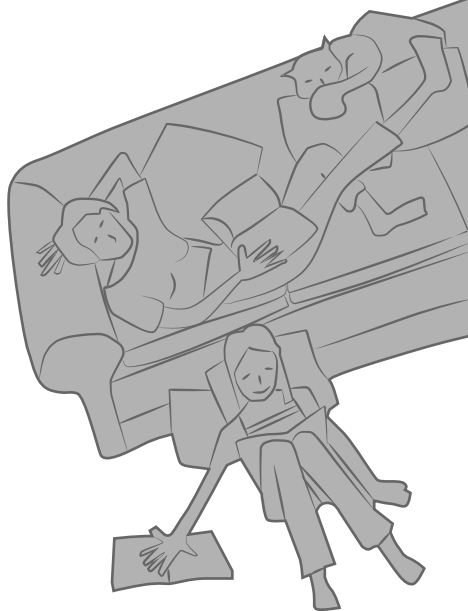
El trabajo de los contenidos tratados en el folleto lo podemos realizar de dos formas:

1. Promoviendo una lectura para analizar a posteriori sus contenidos y profundizar en ellos.
2. Impulsando actividades paralelas complementarias.

Para la selección y enfoque de los temas podemos tener en cuenta que...

- > No es necesario que se analicen cada uno de los puntos del material; podemos y pueden escoger ellas o ellos aquellos temas más cercanos, que encuentran más interesantes o que son más novedosos.
- > Su edad y experiencia festiva: aquellos y aquellas que salgan de noche encontrarán un ambiente diferente al que encuentran por la tarde, con los jóvenes que no han salido mucho, se pueden trabajar posibles experiencias, mientras que con otros se puede impulsar un cambio o re-enfoque de la misma.
- > El género: algunas situaciones les sigue afectando más a ellas –como cuando se es taladrada y/o intimidada con objetivo y subjetivo sexual–, mientras que otras siguen siendo más frecuentes en ellos –como quien confunde la juerga con el ring.

AIGUNA SUGERENCIA PARA LAS DINÁMICAS



- > La finalidad del material no es convencer comiendo la olla... Pero si la olla no se come sola, siempre se le puede dar algún que otro mordisco.
- > La fiesta forma parte de nuestra vida... Y que dure (la fiesta y la vida). Igual que a las personas adultas que nos dicen no salgas que te puede pasar algo, les contestamos pero si justamente salgo para eso, para que me pasen cosas... Más que reducir la fiesta –deseo de los anti-jóvenes– podemos entrar en el cómo, cuándo, con quién, de qué forma...
- > Tendremos que buscar un equilibrio entre el auto-repeto (hago lo que me da la gana) y el respe-todo (hago lo que me parece mejor para mi comunidad). Valorar la riqueza de lo diferente y consensuar formas de actuar comunes más solidarias.
- > La información es necesaria, pero nada más que eso. Puede ser más útil despertarnos *** la curiosidad sobre los temas tratados. Internet –además de para (des)conectarse chateando– puede ayudar a colmar el deseo de saber (más).
- > A los y las jóvenes nos tratan demasiadas veces como idiotas, como para reproducirlo en nuestra intervención. Nada mejor que invitar a la duda (y que la duda invite la próxima vez), al debate, a la reflexión y a la pregunta que nadie va a responder.

AIGUNA DINÁMICA PARA LAS SUGERENCIAS

[*] Actividad ES QUE HASTA POR LA NOCHE HAY FOLLÓN

Dado que no tenemos afición a hablar de lo abstracto (¿Qué haría si la situación sociopolíticoeconómicacultural fuera ...?) podemos iniciar un debate en base a plantear –y mejor si plantean– situaciones prácticas. Desde estas se puede entrar en contenidos y actitudes para la juerga. Por ejemplo, ahí van algunas:

*1. Una chica va de fiesta a una discoteca en la que todo el mundo es un figurín. O la miran raro porque su talla es la 42 o –directamente– no la miran. De hecho una vez que fue a la butik Shara la echaron: “Aquí no hay nada para ti; no hace falta que pases”.

*2. En una fiesta solidaria con el pueblo mapuche de Latinoamérica, o con las zonas ocupadas de Palestina, o con la falta de acceso a los antiretrovirales de las mujeres en África... cuando van a la barra a pedir algo, les obligan a ser solidarios/as con Atlanta (sede de la Caco-Cola), Amsterdam (sede de la Ni Jei ni Ken) , o Londres (sede de Jotabé).

*3. Van por la calle a primera hora de la mañana porque tienen que currar o ir al monte o... Por ahí se ve de todo, una pareja pegándose el lote, unos tíos diciendo guaradas a una chavala que anda sola, dos chavales echando botellas vacías en el contenedor, algunos potando los excesivos potes... Por una parte piensan “cómo mola” y por otra “vaya mierda”.

*4. Una cuadrilla está enfascada en una pelea en la que hay dos grupos diferenciados. Uno dice que los porros enganchan y el otro comenta que lo que de verdad engancha son las hipotecas. Cuando a uno le dicen “Me parece que te ha afectado ya en las neuronas” contesta “¿Te refieres a los porros o a la chapa que me estás dando?”

*5. Una gente están dudando entre ir a un bar donde hay una sesión de cuentos para no-niños/as (la consumición vale tres euros), e ir a otro que ponen siempre música de lata en inglés (la bebida es más barata pero en el cole sólo estudiaron francés, chino mandarín y alemán).

*6. Una pareja hétero que es de ahí pero sale de fiesta por allá, se meten en un bar tranquilo que des-conocen. Cuando están dentro ven que es de ambiente homo o bi. Les da palo ver a dos tíos dándose un morreo y también les da palo las miraditas que reciben de “os habéis equivocado de bar...”

A partir de cada situación se puede hablar de:

- > ¿Qué hacer cuando una parte de la cuadrilla quiere una cosa y otra siempre la otra?
- > ¿Qué hacer si un plan de fiesta por una parte me apetece pero por otra me da no-sé-qué?
- > ¿Qué valores o qué concepción de la fiesta y de las personas, hay detrás de cada una de las historias que se han planteado?
- > ¿Vosotros y vosotras qué haríais?
- > ¿A qué estaríais dispuestas/os a renunciar por la demás gente y en que no-hay-tu-tía?

Podemos recoger y apuntar todas las ideas que han surgido durante el debate para que analicemos cuáles son nuestros comportamientos y tendencias en la noche y si distan mucho de nuestros hábitos cotidianos.

[*] Actividad ESTA NOCHE ME (VAMPIRO)

Si las entidades que trabajamos el ocio (“Ahora tenemos una actividad de tiempo libre” “¿No has dicho que es tiempo LIBRE?”) y todo aquello que no tiene que ver con los estudios y/o el curso, podríamos incluir dentro de nuestras propuestas el que tiene que ver con la fase del desfase (la noche...).

Se trata de que el grupo de jóvenes prepare una salida nocturna que –posteriormente a su diseño teórico- se llevará a su realización práctica. Antes de su preparación, tendrán que tener en cuenta diferentes asuntos noctísticos:

	POR AQUÍ FAITA...	VAMOS BIEN...
SAIUD	Cuando la fiesta es muy química, la droga se come a la gente, al cerebro, la pasta, el rollo y pasa a ser la jefa del mambo...	Si se consume algo psicoactivo, cuando se hace con moderación (“Moderación, ¿te vienes de fiesta?”) y de algo que no sea fuerte.
ORIGINAL	Lo de siempre, donde conocemos a casi todos/as, donde ya sabemos qué va pasar antes de que pase...	Algo diferente a lo que marca lo comercial y a lo que marca –siempre– la cuadrilla, algo que sea la primera vez (dicen que nunca se olvida).
DINERO	Tenemos que pagar para entrar, para consumir, para no hablar, para escuchar, para salir o entrar, para opinar que no queremos pagar...	El dinero es substituido por las gratis ideas, por la originalidad, por el ya lo hacemos nosotras, por el conozco a una gente que se lo curra y se apuntan...
SOLIDARIDAD	Algo en donde siempre ganan los/as de siempre (las grandes multinacionales, los que súper-viven de nuestra noche).	Cuando se benefician quienes siempre pierden (aquellas personas a las que no se les ve pero que están por ahí pasándolas canutas mientras otros se pasan canutos).
INCLUYENTE	Donde sólo quepan quienes son de una única secta: jevis, pijas, voy-de-alternativo, reguetón-con-chaquetón, sólo rostros pálidos...	Aquellas en las que hay de muchos y varios colores (de pieles, músicas, edades, opciones sexuales –masturbación inclusive–, miradas, bebidas y comidas...).
RIESGO	Lo que es tan profiláctico, preventivo, aséptico, prudente y mediano, que de tan tan tan se olvidó que las jóvenes y los jóvenes necesitamos experimentar, equivocarnos y canalizar la energía.	Algo que nos ponga a tope con un riesgo intenso pero con-trolado (¿bajar una montaña en bici BIT con luna llena? ¿proyectar pelis de miedo en una pared de una calle que tiene cámaras de vigilancia?)

El grupo que preparará la salida, puede proponer más criterios. Como la salida siempre saldrá –por suerte– diferente a lo previsto, y como a veces decimos mucho pero luego somos un poco bocas, otro día habrá que sentarse a valorar, analizar, y aprender para la próxima vez (que tampoco saldrá según lo previsto).

[*] Actividad CRÍTICA (TAMBIÉN) FIESTA CRÍTICA

Como a quien critica dios le ayuda y como si no es dios será el demonio o la demonia, hacerlo está bien. Pero la crítica es buena cuando se acompaña con propuestas.

Si el material es malo es fácil mejorarlo. Y si es bueno, también.

El grupo de jóvenes con el que trabajamos (nosotros/as incluido) pueden:

1. Buscar en qué se flipa el material.
2. Buscar qué está bien, pero sólo para otras personas (eso con-migo no va)
3. Buscar qué le falta –eso tan importante que de tan importante, no está.
4. Buscar qué está bien, pero estará mejor de otra manera.
5. Buscar cómo adaptarlo a las festivas experiencias propias y suyas.

Siempre respetando unos principios básicos –que el lenguaje solo en masculino les excluye a ellas, que ante todo buen rollo, que basta ya de tratarnos a la juventud como delincuentes peligrosos y descerebrados, que...), a partir del análisis profundo del folleto, el grupo deberá (que la juventud tenemos derechos pero también deberes) hacer el A) o el B):

(A) ESCRIBIR UNO NUEVO

Como escribir está bien –porque se ve y se siente– cogemos un papel y lápiz o un dedo y un ratón, y manos a la obra.

El resultado se puede pasar a colegas cuadrilleros en fotocopias (para que vean que no sólo sabemos beber cervezas o no beberlas), y a nuestra familia (para que lean –asi verán menos la tele– y se den cuenta que nos preocupa algo más que el des-fase o el cachondeo)

(B) EXPLICAR UNO NUEVO

Como a veces escribir cuesta –y tenemos poco dinero– se puede proponer la nueva versión en técnica oral (explicándolo a los y las demás).

El resultado se puede compartir a viva voz en forma de sugerencias a coleguillas (que la fiesta es larga y las conversaciones nocturnas pueden dar más de sí y no sólo hablar de sí el bar está muy lleno o la orquesta ésta es un tostón).

Y si el resultado está bien, imaginación al poder. El escrito se puede meter en un folleto o en una revista local, el oral se puede mezclar con una representación de lo que pasa por la night y adaptarlo a una obra de té-atro o café-atro o como se te ocurra.

[*] Actividad TE ANUNCIO MI RENUNCIA

Marcas hay muchas, pero está claro que unas resultan más conocidas que otras y de eso quien se encarga es la publicitada publicidad.

La noche no se libra de los mensajes publicitarios y a la pobre, siempre le comen la olla con glamour y sofisticación, que lo mismo es una cosa que la otra, para que esté siempre fashion y a la moda, que también es lo mismo... Conviene darle un repaso a esta fábrica que vende intereses y necesidades, y pensar en lo que se esconde y va de la manita de la publicidad.

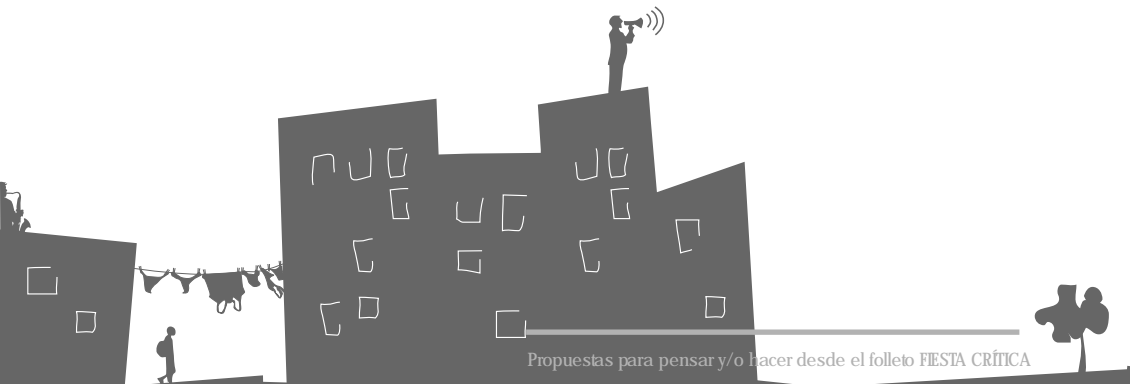
Podemos seleccionar anuncios de papel, de la tele, de la calle, de cualquier tipo –aunque tipos en la publicidad sólo hay uno: altos, guapas, cachas y estupidas– que estén relacionados con la noche y realizar lo siguiente:

ANALIZAR

1. Buscar y hacer una lista de las coincidencias reincidentes de los anuncios elegidos: todos van bien vestidos, todos tienen la misma sonrisa...
2. Buscar y hacer un listado de las ausencias que coinciden: aparecen todos felices y ninguno come perdices.
3. Analizar el ideal que venden los anuncios: imagen, dinero, felicidad, etc.
4. Compararlo con la realidad, la nuestra.

CONTRAPUBLICITAR

1. Escoger un anuncio de una revista que nos venda la noche.
2. Re-inventar el anuncio con un toque de realismo mágico, trágico, cómico, dramático...surrealismo?
3. Se puede hacer una exposición de estos contra anuncios en el centro cívico, gaztetxe o donde apetezca.



[*] Actividad NOS DES-MARCA-MOS

Las multinacionales han aprendido que, haciéndonos compañía noche y día, sus compañías se hacen de oro. Así que constantemente, de fiesta nos piden para salir. Y actúan como una pareja plasta y posesiva; quieren marca-mos cómo y con qué divertimos.

Esta bien que las y los jóvenes nos informemos para saber qué nos venden, para poder elegir y decidir:

- > Si nos compran y nos consumen.
- > Si no compramos.

NEURONAS A LA OBRA:

1. Repasemos entre los productos del gran bazar de la noche (ropa, bebida, maquillaje, calzado, cajero automático, tabaco, colonia...) cuáles son las marcas más consumidas. De cada familia, podemos escoger 2 o 3.
2. El grupo de jóvenes se tiene que buscar la vida para averiguar que es lo que hay detrás de esas empresas.
 - > ¿Hay una gran multinacional?
 - > ¿Esconde prácticas poco (poquísimo) éticas?
 - > ¿Trata con dignidad al mundo y a las personas que la poblamos?
 - > ¿Ayuda a que los países empobrecidos salgan del agujero o los empuja todavía más?

Internet, libros y revistas pueden ayudar a nuestra labor investigadora.

3. Que tipo de modelo social potencian las fiestas (multinacionales, empresas, narcotráfico...) para poder mantener su negocio.
4. La información obtenida se pone en común y debatir si se conocía –y en caso de que no sea así– los causas de nuestro desconocimiento.

Y MANOS A LA OBRA:

Se puede tomar una decisión colectiva de dejar de comprar (¡boicot!) ciertos productos, buscar alternativas y participar en campañas públicas y privadas (¿Sabías que esto que te acabas de pedir...?) de información y denuncia.



:08 | PIENSA SOBRE EL DÍA Y LA NOCHE

- Hay asociaciones de jóvenes y para jóvenes, y movidas varias, formadas por gente que se deja la piel para que los/as jóvenes tengamos alternativas, ideas guapas para ser como somos, para tener en nuestro poco tiempo sin obligaciones unas propuestas que nos abren puertas...

Podemos invitar a la gente joven a conocerlas, degustarlas, mejorarlas –desde dentro–... porque para eso nacieron y crecieron.

:09 | WEBANDO

- Ya que mucha juventud se pasa el día sentada en una silla ante una pantalla (tele, msn, play3-wii-xbox, psp, mp4, hipo-t...) está bien sugerirles que salgan a la calle y se den un garbeo. Pero si llueve mucho y tememos en-cogernos, siempre podemos navegar (sin chaleco salvavidas ni amoríos cursis tipo titánic) en:

- > Opciones
<http://opcions.org/indexcas.htm>
- > Consume hasta Morir
<http://consumehasta morir.com>
- > Educación para la Acción Crítica – Eximen Kritikoa izateko Heziketa
<http://edpac.org>
- > SodePaz
<http://sodepaz.org>
- > Boicot preventivo
<http://boicotpreventivo.org>

:10 | LEYENDO

- Dan mucho de sí –entre otras muchos y otras varias:
- > Werner-Weiss, **El libro negro de las marcas**
 - > Klein,N. **No logo**
 - > Revista **Opciones**

