

# El món interior dels 'emo', els nous joves amb sentiments

Són les sis de la vesprada. Els vagons del metro de València s'omplen de milers d'hormones adolescents, totes amb la mateixa destinació: la parada de Colom. De la boca de metro, davant l'edifici d'El Corte Inglés, surten centenars i centenars d'adolescents. Les hormones, que es poden respirar, no sols revolucionen les ments del jovent, sinó que també sembla haver-ne alterat la vestimenta. Són els *emo*.

Els darrers cinc anys, les aules de secundària d'una part considerable del món occidental s'han trobat envaïdes per aquesta nova moda. Però, a què ens referim quan parlem d'*emo*? És una moda, una tribu urbana o un moviment musical? Per què es tenyeixen els ca-

Serrells de dimensions engegadores, samarretes de color rosa llampant, pantalons estrets situats curosament sota la línia dels calçotets, collarets de perles de plàstic i cabells tallats amb diverses combinacions de colors... No són 'punks', ni 'heavys', ni 'pijos': és un nou fenomen sociològic: són els 'emos'.

bells i es pinten els ulls, tant els nois com les noies? Quina música sona als seus iPods de color rosa?

**Música amb sentiment.** Els joves *emo* són una nova moda que recorre

gran part del continent europeu i americà. Aquests adolescents, que es declaren persones emotives, responen a una estètica molt determinada, segons ells, marcada per un estil de música molt concret: el *punk emo*. My Chemical



L'estètica *emo* és cridanera: serrells que baixen més avall del front, collarets de plàstic, ulls i llavis pintats... El rosa i el negre en són els colors identificadors.

Romance, Green Day, Tokyo Hotel, Sum41, Silverstain,... són alguns dels grups que sonen als iPods dels joves *emo* i que ja es poden sentir a les principals emissores de ràdio i televisió, com l'MTV.

Els orígens del moviment *emo* es remunten a final dels anys 80. En plena època daurada de la música *punk*, a l'Amèrica del Nord, concretament als voltants de Washington, tot un seguit de grups van començar a fer experiments amb noves lletres, per a un estil musical que tenia un contingut proper a la protesta i els moviments polítics. Aquests nous *punks* –amb grups com Rites of Spring o Fugazzi– van començar a omplir els repertoris de cançons més *sentimentals*. És a dir, van canviar les lletres amb contingut polític per unes lletres que parlaven de sentiments com ara l'odi, l'amor o la soledat. D'ací ve que aquest moviment musical es denominara *emo*, de l'anglès *emotional*. Ja als anys 90 els grups *emo* van fer un tomb cap a sons no tan rockers ni *punks* i, alhora, van començar a sorgir les primeres derivacions del moviment: els *emo-punks* i els *emo-core*. Però en

aquell moment no hi havia una estètica significativa d'aquest moviment musical; encara no es podien distingir dels altres integrants del moviment *punk* americà.

Ara bé, a la darrerria del segle XX, el terme *emo* va començar a popularitzar-se i un seguit de grups amb sons més propers al pop-punk o al rock alternatiu, segons els seguidors més incondicionals del moviment dels anys 80, foren etiquetats erròniament amb el mot *emo*. En aquell moment començà allò que avui coneixem com a moviment *emo*. Grups com Underoath, Jimmy Eat The World, Taking Back Sunday o My Chemical Romance enceten una etapa en el moviment amb una nova estètica que els diferencia de la resta de grups musicals. Són els primers a adoptar l'estètica del serrell fins als ulls, els pantalons estrets i samarretes de colors llampants. Els seguidors originals de la música *emo* dels anys 80 consideren que els *emo* actuals, que escolten grups com Chemical Romance i es vesteixen amb pantalons de tub, només són *scene kids* ('nens a la moda'), *posers* ('imitadors') o *fake emo* ('fals emo').

**Amor, odi i tristesa.** Actualment, el fenomen *emo* sembla anar més enllà d'un moviment musical, tot i que encara no es considera una tribu urbana. Els seguidors afirmen que la seua forma de vestir-se es correspon amb la seua forma de veure el món. Pessimisme, tristesa, soledat i existencialisme defineixen aquesta mentalitat, no pas sense polèmica. El maig de l'any passat, Hannah Bond, una noia britànica de tretze anys, es va suïcidar a la seua habitació. Ho havia deixat escrit a l'agenda. Dos mesos abans, Hannah s'havia declarat *emo*. Pares, educadors i diaris anglesos van fer saltar les alarmes: acusaren els *emos* de promoure el suïcidi i l'autoleisió entre els adolescents.

Per a un *emo* el món és un lloc fred i solitari, on els sentiments han estat abandonats. Per aquest motiu, un dels principals *live motive* dels *emo* és recuperar l'expressivitat de l'existència humana: amor, odi, enyorança... Uns sentiments sempre enfocats des d'una perspectiva pessimista, perquè els *emos*, diuen, són conscients de la poca durabilitat de les coses bones de la vida. Per això, a les seues cançons els agrada de reflexionar a l'entorn dels desamors i les ensorrades de la vida. Ells mateixos es defineixen com a persones molt afectades per tot allò que ocorre al voltant seu. Així doncs, la seua forma de vestir-se sol reflectir un aparent estat de tristesa, amb ulls pintats de negre i llargs serrells que amaguen la mirada. Les noies *emo* combinen colors cridaners com el rosa i el groc, amb tons foscos i negres, per a expressar la contradicció entre els sentiments com ara l'odi o la mort i l'amor i la felicitat.

La britànica Hannah Bond va disparar alarmes sobre els objectius de la música *emo* i tot el moviment, perquè en el seu espai web hi havia referències constants al "Black Parade" ('la desfilada fosca'). Aquest era el títol d'un disc del grup *emo* My Chemical Romance, que fa referència al lloc on les ànimes van a parar un cop mortes, i que, al disc, s'utilitza per parlar de la mort d'una noia per culpa del càncer. Segons el sociòleg mexicà Héctor Castillo Berthier, en un estudi sobre aquest grup, "al voltant d'un 40% dels *emo* poden presentar tendències suïcides, a causa del seu perfil psicològic depressiu". Així i tot, no es troben referències explícites ni



El grup musical Tokyo Hotel (a la imatge), juntament amb alguns altres, com ara My Chemical Romance, Green Day, sum41 i Silverstain, sonen als iPods dels joves *emo*.



Pessimisme, tristesa i soledat defineixen la mentalitat dels *emo*, que diuen que es vesteixen d'acord amb la seua manera de veure el món.

al suïcidi ni a l'autolesió en les lletres de les cançons considerades *emo*. Ells afirmen aportar una visió més profunda del món i la vida.

El sociòleg mexicà diu que el moviment és fruit d'una societat molt concreta, en què hi ha una manca de valors transcendents i estables, en què la posició econòmica determina l'èxit social o el fracàs, i els *emo*, com moltes tribus urbanes en el moment que naixen, es rebel·len contra aquests valors. Ara per ara, els *emo* encara presenten unes actituds molt relacionades amb l'adolescència: la recerca d'una identitat pròpia, la rebel·lia contra les figures d'autoritat, el sentiment d'incomprensió i injustícia. Com gran part dels seus integrants –amb una mitjana d'edat de 16 anys–, la ideologia *emo* encara es troba en una fase de definició, no hi ha uns principis clars ni una ideologia política, com tenen algunes altres tribus urbanes.

**Maquillatge, calaveres i gates japoneses.** A primer colp d'ull, un xic i una xica *emo* no presenten grans diferències d'estètica. Tots dos porten els ulls pintats de negre, el llarg serrell els oculta un dels dos ulls, les ungles són pintades de negre o de color rosa, els calçotets i les bragues surten per damunt dels pantalons que penjen més enllà dels malucs, tot i que porten grans cinyells amb cadenes, penjolls i xapes. Les samarretes són tan estretes per als nois com per a les noies i els colors

són tant un rosa llampant com un negre fosc. Aquesta indefinició del sexe és una de les principals revolucions estètiques que el moviment ha aportat a les modes juvenils. L'altra contribució revolucionària té relació amb la simbologia que duen penjada, als cinturons i a les samarretes. La tradicional marca de joguines i roba infantil Hello Kitty s'ha convertit en la icona de referència d'una gran part de les noies *emo*. Una bona colla de les botigues de roba juvenil han començat a vendre peces d'aquesta marca, que s'ha popularitzat entre els adolescents.

Juntament amb la gata Kitty, els *emo* llueixen més icones, com ara calaveres a l'estil dels pirates, o bé el personatge de dibuixos animats Bob Esponja o Elmo, de la popular sèrie Sesam Street. Els colors llampants de les seues samarretes de Kitty, es combinen amb uns cabells, generalment llisos, tintats de rosa, taronja o negre, per zones. Les noies solen portar cintes amb llaços d'aire infantil combinades també en rosa o roig. Algunes altres, es tallen els cabells amb formes irregulars i es posen crestes altes. Els pantalons són de tub, com a norma general, tant per a nois com per a noies, de camal estret i cintura baixa, de marques d'anomenada, com ara Diesel o Gap. La marca també és un tret de les sabates que porten: Converse All Star i Vans són les predilectes i el signe d'identificació. Aquestes dues multinacionals han arri-

bat a crear models adaptats a la moda *emo*, amb colors cridaners, estampacions de calaveres i quadres, a preus no gaire assequibles.

El moviment *emo*, que ja té unes dimensions internacionals, gràcies a les xarxes socials com ara Facebook, Fotolog i MySpace, ha tingut una repercussió especial a l'Amèrica Central, concretament a Mèxic. El 7 de març del 2008, a la ciutat mexicana de Querétaro, al voltant de 1000 persones van participar en uns aldarulls entre adolescents de diverses tribus urbanes i adolescents *emo* que s'adreçaven al seu punt de trobada habitual. Dies després, els enfrontaments es van repetir a set ciutats més de Mèxic. Suposadament, els joves de la resta de tribus urbanes –com ara els *heavys*, *punks* i més– se sentien amenaçats pels *emo*, que consideraven una vaga imitació dels seus estils de vida. Aquest país llatinoamericà, l'any passat, va veure com la moda *emo* inundava totalment capes i capes de jovent. Ara, un any després dels incidents, el nombre de nois i noies *emo* als instituts de secundària ha disminuït. Per aquest motiu, hi ha qui afirma, tal com es pot llegir a diversos fòrums d'internet, que el moviment *emo* és una moda que desapareixerà en un parell d'anys, tot i que, ara per ara, és una de les més grans fonts d'ingressos de la indústria musical internacional.

Mariola Tàrraga