



JÓVENES PERIODISTAS

Alejandro Alcaraz

Ana Estaún

Marta García

Esther Martín

Nazaret Parrilla

Inés Solanilla

Lucía Villalba

ILUSTRACIONES

Andrea Alfaro

Mireya Pérez

CÓMIC

Irene Trasobares

REDES SOCIALES

Facebook, Twitter, Youtube
y TikTok: @zgzejoven

Instagram: @zaragozajoven

¡DESCUBRE INFO JOVEN!

L, M, J y V, de 10 a 14 h.

X, de 15 a 18 h.

La Azucarera,

Calle Mas de las Matas, 20

Tel. 976 721 818

Whatsapp: 608 748 112

infojoven@zaragoza.es

www.zaragoza.es/joven

Créditos Zaragoza Joven**EDITA**

Ayuntamiento de Zaragoza.
Delegación de Mujer, Igualdad, y Juventud.

REDACCIÓN

Info Joven Zaragoza

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Detalier estudio creativo

PORTADA

Detalier estudio creativo

ILUSTRACIÓN PORTADA

Paula Marco

IMPRESIÓN

Gráficas Vela S.L.

TIRADA

4.500 ejemplares

DEPÓSITO LEGAL

Z 403-2023

ISSN

3020-1268

A bordo de la popularidad

La palabra popular suena fuerte, resuena en los pasillos del instituto, se multiplica en likes y se mide en seguidores. Pero ¿qué hay detrás de esa palabra que parece tener tanto peso en la adolescencia? En esta revista te invitamos a mirar la popularidad de frente y desde diferentes perspectivas.

Ser popular puede ser tan sencillo como tener carisma o estar en el lugar correcto en el momento justo... pero también puede convertirse en una carrera agotadora por encajar en los moldes que dicta la sociedad, por no quedarse fuera, por cumplir con lo que otros esperan de ti.

¿Quién decide lo que está “de moda”? ¿Por qué unas frases se repiten y otras se olvidan en poco tiempo? ¿Qué comidas son populares en nuestras mesas a lo largo de los años? ¿Cómo cambian las fiestas que celebramos cuando lo importante parece ser compararlo todo a través de las redes?

La popularidad se transforma con cada generación. Hoy pasa por memes o trends. Pero también por

cómo nos relacionamos, cómo nos sentimos por dentro y qué estamos dispuestos a sacrificar para gustar. A lo largo de estas páginas encontrarás artículos que te harán pensar, reír, recordar... y tal vez replantearte algunas cosas.

Porque ser popular no siempre es lo mismo que ser feliz. Y porque también hay algo muy valiente en no querer serlo. En esta revista vas a encontrar diferentes miradas sobre lo popular, desde el lenguaje hasta la comida, desde las fiestas de tu pueblo hasta lo que te pasa por la cabeza cuando sientes que todos te miran.

Bienvenidos a esta edición de Zaragoza Joven, la revista más popular. ¡Pasa la página y no pierdas detalle!

Contenidos.



/SIN DUDAS

- 6 **De profe particular a becario.**
- 8 **El precio de ser popular.**
- 10 **¿Estudias lo que quieres o lo que está de moda?**
- 12 **Lo popular en verano.**
- 14 **El consumo de alcohol en jóvenes.**

/CULTURÍZATE

- 16 **Culto a la Pilarica.**
- 20 **Del sueño al rodaje: la nueva era para el cine joven.**
- 22 **El Poder Silencioso de “Lo Popular”.**
- 26 **La era de la Poplítica.**



/ARTISTAS INFO JOVEN

- 28 **Pilar Vicente y Rebeca Opic.**

/EL HILO

- 30 **Lo popular: del ágora a los a(l)goritmos.**





/EL CÓMIC

- 37 **Lo popular.**
IRENE TRASOBARES

/LA ENTREVISTA

- 38 **Desvergonzaus.**



/EN TU PANTALLA

- 40 **El boom de las manualidades.**
- 42 **La inteligencia artificial ya está en todas partes.**

/VIDA SOSTENIBLE

- 44 **¿Comprometidos con el planeta?**

/EN TU PLATO

- 46 **De las fondas al feed.**



/EL TUTORIAL

- 48 **Dime cómo hablas... y te diré a qué generación perteneces.**

/JÓVENES EN ZARAGOZA

- 51 **¿Verano? Mejor. Fiestas populares en Aragón.**

- 55 **Ser popular.**



/ZARAGOZA SOLIDARIA

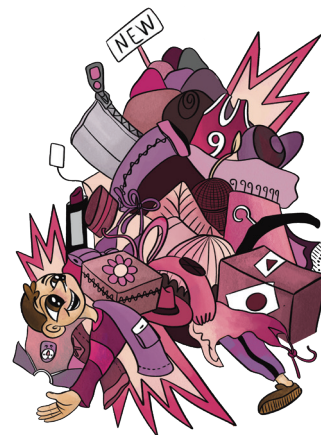
- 59 **Todo lo que necesitas saber ya te lo dijo tu abuela.**

/LECTURA FÁCIL

- 63 **¿Qué es ser popular?**

/A LA ÚLTIMA

- 65 **Fast fashion.**

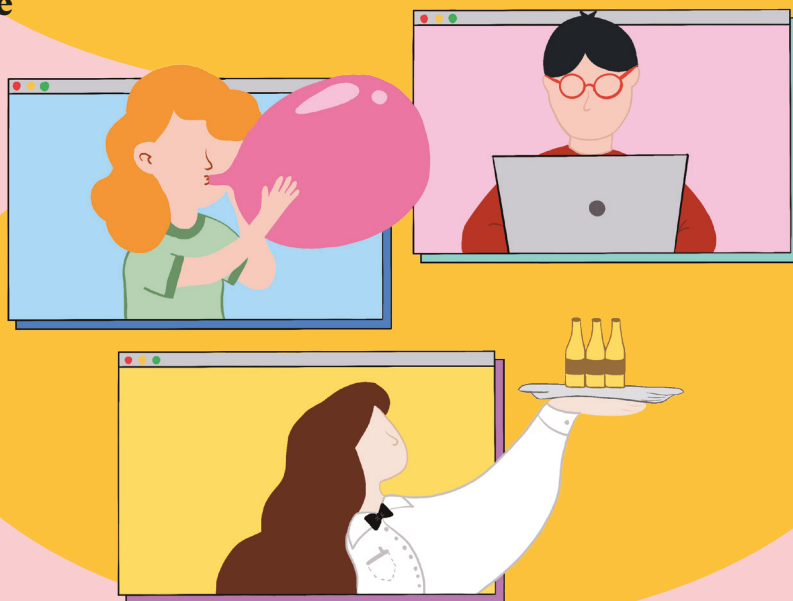


- 67 **El test definitivo para saber si lo petas o si te has quedado en el Fotolog.**

De profe particular a becario: los primeros empleos más populares entre los jóvenes

Cuando empezamos a rozar la vida adulta, hay algo que se vuelve muy tentador: **ganar nuestro propio dinero.** Ya sea para echar un cable en casa, ahorrar para un viaje, comprarnos algo sin depender de nadie o, simplemente, dejar de pedir la paga, la idea de tener un primer trabajo empieza a rondarnos la cabeza.

INFO JOVEN con la colaboración de la
ASESORÍA JURÍDICA



Mireya Pérez

Yaunque en nuestra cabeza soñemos con ser astronautas, reinas del pop, neurocirujanos o arquitectas, la realidad suele tener otros planes. Spoiler: esos primeros empleos que estrenamos suelen tener nombres menos glamurosos pero muy comunes entre la gente joven. Sí, hablamos de ser canguro,

profesor/a particular o becario/a. Si te suenan, sigue leyendo, que esto te interesa.

* **CANGURO: CUIDAR PEQUES Y GANAR ALGO MÁS QUE PACIENCIA**

Uno de los empleos más frecuentes cuando somos jóvenes es el

de cuidar a niños. Puede empezar siendo algo puntual —“solo esta tarde, porfa”— pero también puede convertirse en una rutina bien pagada. Y aunque muchas veces lo hagamos para gente de confianza, eso no significa que no tengamos derechos ni que el trabajo deba hacerse sin ningún tipo de contrato. Al contrario: **cuidar niños se**

Si das clases de forma estable y superas el salario mínimo interprofesional mensual, eso se considera actividad profesional, así que deberías darte de alta como autónomo/a.

considera una relación laboral especial del hogar familiar, y eso implica que hay que formalizarlo con un contrato.

¿Y qué más? Pues que quien te contrate tiene que darte de alta en la Seguridad Social. Este trámite no es solo una formalidad: te protege si tienes un accidente, te da derecho a vacaciones y garantiza que cobras como se debe. Además, actualmente **este tipo de contratación está bonificada**, así que al empleador/a también puede salirle a cuenta.

PROFE PARTICULAR: SACAR NOTA DANDO CLASE

Otra opción muy popular, sobre todo si se te dan bien algunas asignaturas, es la de dar clases particulares. Puede que estés todavía en el instituto o que ya estés en la universidad, pero seguro que hay alguien (vecino, primo, conocido...) que necesita ayuda con mates, inglés o lengua.

Aquí hay que tener algo muy claro: **si das clases de forma estable y superas el salario mínimo interprofesional mensual**, eso se considera actividad profesional, así que **deberías darte de alta como autónomo/a**. Pero si lo haces de forma puntual y los ingresos son pequeños, no hace

falta darse de alta... Aunque sí hay que declarar lo que se gana en la declaración de la renta como rendimiento del trabajo. Que no te asuste: lo importante es saberlo para hacer las cosas bien y no llevarse sustos con Hacienda.

BECARIO/A: PRIMERAS VECES EN EL MUNDO LABORAL

Llegamos al clásico de los clásicos: las prácticas, también conocidas como la etapa del “aprendiz eterno”. Ser becario o becaria puede ser la puerta de entrada a tu sector ideal, una gran oportunidad para aprender y hacer contactos. Pero también —no nos vamos a engañar— puede suponer condiciones un pelín precarias si no se hace con garantías.

Por suerte, desde 2024, hay una novedad importante: **todas las personas que hagan prácticas extracurriculares, cobren o no, deben estar dadas de alta en la Seguridad Social**. Es decir, se empieza a reconocer legalmente esa aportación que haces, aunque no haya nómina de por medio.

Además, se está tramitando un **Estatuto del Becario**, que busca equiparar los derechos de las personas en prácticas con los del resto de trabajadores.

¿QUIERES ENCONTRAR TU PRIMER EMPLEO? AQUÍ VAN UNOS CONSEJOS:

Inscríbete como demandante de empleo en el INAEM (Instituto Aragonés de Empleo). La primera vez hay que ir de forma presencial a la oficina que te corresponda. Una vez dentro, puedes acceder a montones de ofertas laborales, cursos gratuitos, orientación para el empleo e incluso formar parte del programa de Garantía Juvenil si tienes entre 16 y 29 años. Vamos, una puerta abierta a muchas oportunidades.

Prepara un currículum con lo que ya tienes. Aunque no tengas experiencia laboral, seguro que puedes hablar de tus estudios, idiomas, habilidades, voluntariados, prácticas o incluso aficiones que muestren tu compromiso o creatividad. Todo cuenta.

Usa plataformas pensadas para jóvenes o estudiantes, muchas de ellas incluyen ofertas de prácticas, trabajos temporales e incluso experiencias laborales en el extranjero. Nunca se sabe dónde puede aparecer tu primer gran paso.

Puede que tu primer empleo no sea el definitivo. Puede incluso que ni te guste. Pero seguro que te enseñará algo (aunque solo sea a calcular cuánto tienes que trabajar para pagarte ese móvil nuevo). Lo importante es empezar con buen pie, con las cosas claras y, sobre todo, conociendo tus derechos.

EL PRECIO DE SER POPULAR

Salud mental, presión social y redes sociales

“No es síntoma de salud estar bien adaptado a una sociedad profundamente enferma”

—Jiddu Krishnamurti

INFO JOVEN con la colaboración de
**ASESORÍA PSICOLÓGICA DE
ZARAGOZA JOVEN**

No hace falta ser influencer para sentir la presión de gustar, de destacar, de estar en el centro. De hecho, ni siquiera hace falta estar *online*. Basta con formar parte de un grupo —clase, equipo— para notar cómo la popularidad (o la falta de ella) marca diferencias. Ser visible parece tener premio. Pero también tiene precio.



La flexibilidad mental —ese superpoder poco publicitado— es lo que permite adaptarte, cuidarte y no exigirte ser perfecto todo el rato porque es un objetivo inalcanzable.

Ese precio, muchas veces, se paga en forma de salud mental. Porque cuando hablamos de salud mental no hablamos solo de enfermedades ni de diagnósticos complicados: hablamos de cómo nos sentimos, cómo pensamos y cómo actuamos. De nuestras conductas diarias y de cómo de funcionales son para que podamos llevar una vida que tenga sentido, que nos guste, o al menos que no nos pese. Y sí, esas conductas tienen mucho que ver con las ideas que tenemos en la cabeza. Esas narrativas, creencias o pensamientos que construimos (y muchas veces heredamos sin filtro) influyen directamente en cómo nos tratamos a nosotros mismos y a los demás.

Ahí es donde entra la presión social. Spoiler: no es un invento de los realities ni de las pelis adolescentes. Es una fuerza real que nos atraviesa desde que somos peques. Como especie, estamos programados para necesitar aceptación. Nos va la vida en ello, literalmente. De pequeños, dependemos de los adultos para sobrevivir. Pero ese aprendizaje queda

impreso y se arrastra. Cuando crecemos, seguimos necesitando gustar, encajar, ser validados. Y el problema no está en desear eso —es humano—, sino en que a veces nos lleva a comportarnos, decidir o pensar en función de lo que creemos que los demás esperan, aunque eso nos aleje de nosotros mismos.

Ahora sumemos a esta ecuación las redes sociales. Un cóctel explosivo de estímulos que captura nuestra atención como si llevara años estudiando neurociencia (que, de hecho, lo ha hecho). Todo está pensado para que miremos, hagamos clic, comparemos y volvamos a mirar. Las redes tienen colores llamativos, encuadres milimetrados, contenido breve pero intenso... y la posibilidad de medir cuántos likes, visualizaciones o seguidores tiene algo o alguien. ¿Resultado? Nuestra cabeza entra en modo análisis constante.

Y ahí aparece otro temazo: la valoración. ¿Soy suficiente? ¿Estoy a la altura? ¿Por qué no me va tan bien como a esa otra persona? ¿Cómo es que todo el mundo parece feliz menos yo? Aunque sabemos, en teoría, que las redes muestran una versión muy recortada de la realidad (la parte buena, filtrada, retocada y con banda sonora), nos cuesta no compararnos con lo que

veamos. Esa comparación permanente puede activar conflictos internos, especialmente en el eje de la valoración: sentirme por debajo o por encima, mejor o peor, más válido o menos que los demás. Y cuando esos polos no se equilibran, es fácil caer en ideas rígidas del tipo “no valgo nada” o “tengo que ser el mejor siempre”.

Pero lo sano no está en un extremo. Está en el movimiento. Saber que unas veces te saldrá todo genial y otras te costará más, sin que eso defina tu valor como persona. Que puedes ser bueno en algo y regular en otra cosa, y que eso es no solo normal, sino deseable. La flexibilidad mental —ese superpoder poco publicitado— es lo que permite adaptarte, cuidarte y no exigirte ser perfecto todo el rato porque es un objetivo inalcanzable.

Así que sí, ser popular puede tener su gracia. Pero cuando se convierte en una meta o en una vara de medir tu valor personal, hay que parar y revisar. Porque si lo que haces, dices o publicas no nace de ti, sino de la necesidad de aprobación constante, algo muy importante se está perdiendo por el camino: tú.

Es importante saber que no estás solo en esto. Que pedir ayuda no te hace débil, sino valiente. Que hablar de lo que sientes, ponerle nombre a lo que te pesa o entender de dónde vienen esos pensamientos que te hacen bola, puede marcar la diferencia. Y que por mucho ruido que haya fuera, hay espacio para escucharte dentro. Sin filtros. Sin likes. Solo tú y tu voz ◦

¿Estudias lo que quieres o lo que está de moda?

Vivimos en una era donde lo popular se impone a velocidad de clic.

Canciones, modas, series, influencers... todo puede volverse viral en cuestión de horas.

INFO JOVEN con la colaboración de
ASESORÍA DE ESTUDIOS DE ZARAGOZA JOVEN

Lo popular atrae, une, da tema de conversación. Pero también condiciona. Especialmente entre los jóvenes, para quienes seguir una tendencia no es solo una elección estética o de ocio, sino muchas veces una forma de sentirse parte de algo. Y ojo, que sentirse parte de algo es importante. Somos seres sociales. No estás loco por comprarte los mismos pantalones que tu grupo,

ni por engancharte a la última serie que todo el mundo comenta. ¡Es normal!

Lo que igual no es tan recomendable es cómo esa lógica de “esto lo peta, voy con ello” también se cuela en las decisiones educativas. En la Asesoría de Estudios del Ayuntamiento de Zaragoza, lo vemos constantemente: chavales y chavalas que llegan con dudas,



Mireya Pérez

Cuando hablamos de orientación académica, intentamos ir más allá de lo que está en boca de todos. Porque lo que realmente te puede llevar lejos es conocerte bien, no seguir al rebaño.

con prisas o con ideas muy claras... pero no siempre muy propias. No solo influye lo que ven en redes o lo que les dicen en casa; también pesa —mucho— lo que “se lleva”: profesiones de moda, carreras que prometen dinero, grados con nombres largos que suenan a futuro brillante. Todo eso deja huella. Y no siempre para bien.

Que algo sea popular no lo hace malo, claro. Lo que pasa es que lo popular no siempre es lo que tú necesitas. Ni lo que se ajusta a tus habilidades, ni a tu forma de aprender, ni a lo que de verdad te hace levantarte con ganas (bueno, con ganas relativas... que madrugar cuesta, lo sabemos). Muchas veces, nos encontramos con estudiantes que eligen estudios

porque “suena bien” o porque “tienen salida” sin pararse a pensar si encajan con ellos. Y luego llegan los agobios. El temido “esto no era lo mío”, “igual me equivoqué” o “lo dejo”.

Por eso, cuando hablamos de orientación académica, intentamos ir más allá de lo que está en boca de todos. Porque lo que realmente te puede llevar lejos es conocerte bien, no seguir al rebaño. Vale más preguntarte “¿esto me gusta porque me conecta o porque toca ahora?” que acabar en una carrera que te resulta un callejón sin salida. Y esto, además, tiene premio: **cuando eliges desde lo auténtico, es más fácil mantener la motivación, incluso en los momentos chungos.**

Además, el mundo cambia más rápido que los vídeos en TikTok. Lo que hoy es tendencia, mañana puede estar pasado. Pero si tú te conoces, si sabes lo que te mueve, puedes adaptarte a lo que venga. **Esa es la verdadera “tendencia”: la autenticidad.** Que no es lo mismo que ir contracorriente por sistema —esto no va de hacer-

se el alternativo a toda costa—. Va de elegir desde ti. Con información, con criterio y, si hace falta, con ayuda.

Porque sí, pedir ayuda está bien. Muy bien, de hecho. No tienes por qué tenerlo todo claro a los 16, a los 18... ni a los 28. Para eso estamos. En el Servicio de Asesoría de Estudios del Ayuntamiento de Zaragoza te acompañamos en este proceso. Te escuchamos, te orientamos, te lanzamos preguntas incómodas (pero útiles) y te damos herramientas para que tomes decisiones más conscientes. Sin imposiciones. Sin juicios. Sin mirar raro si cambias de opinión. Como se dice ahora en redes: Esuchamos, pero no juzgamos.

Así que, si estás en ese punto en el que todo el mundo te pregunta “¿y tú qué vas a hacer?”, pero tú solo quieres meterte en la cama con tu serie favorita y no pensar en nada... tranquilidad. No estás solo. Ni sola. Lo popular tiene fuerza, pero lo auténtico tiene raíz. Y a la hora de construir un proyecto de vida, eso marca la diferencia. No se trata de acertar a la primera, sino de ir afinando. De saber parar, repensar, reconducir.

La buena noticia es que no tienes que hacerlo a ciegas. El servicio de asesoría está para acompañarte. Porque tomar decisiones de estudios no es un examen, sino un camino. Y como todo camino, se anda mejor con un mapa. O con alguien que te ayude a dibujarlo. Nos vemos en la asesoría. (Tenemos bolis guays y un montón de preguntas para hacerte pensar. Pero con buen rollo, lo prometemos) ◦

LO POPULAR EN

VERANO

Llega el verano y es el momento de relajarse...

O no. Es época de despojarnos de las rutinas, de los horarios, de la ropa de invierno, el momento de encontrarse con gente a la que no vemos hace tiempo, volver a lugares donde pasamos las vacaciones.

INFO JOVEN con la colaboración
de **ZONA DE SALUD JOVEN**
AMPARO POCH

Pero, aunque todo parezca más relajado, es también momento de reencontrarnos con nuestras inseguridades, porque ¿cómo se supone que tengo que ser? ¿Cómo tiene que lucir mi cuerpo? ¿Cómo se espera que sean mis vacaciones?

¿Te has dado cuenta de que casi nunca estamos conformes con nuestro cuerpo? Si tengo el pelo liso, quiero tenerlo rizado, pero mi amiga que lo tiene rizado se pasa el día alisándose.

Es difícil, por no decir imposible, sentirnos bien al 100% con nues-

tro cuerpo ya que siempre encontraremos cosas a mejorar. Pensamos: "Me veré mejor cuando me maquille, cuando me depile, cuando baje dos kilos o cuando tenga abdominales marcados". Pero, ¿cuándo se detiene todo esto? La aceptación no es un proceso lineal y hay que trabajarla poco a poco, pero nos ayudará a disfrutar más de nosotros mismos.

Cuando "lo popular" es tener un cuerpo esbelto, sin pelos fuera de lugar, con un tono bronceado uniforme, musculado y firme pero el espejo nos devuelve otra imagen, resulta difícil aceptarnos.

Además, la sociedad y los medios de comunicación se encargan de recordarnos constantemente lo que nos falta o cómo debería ser nuestro cuerpo, promoviendo de forma masiva ideales de cuerpos deseables, perfectos. De esta manera, caemos en la trampa de sentirnos permanentemente insatisfechos. Lo cual, dicho sea de paso, le viene genial a la industria de la cosmética y la cirugía plástica, a los gimnasios...

También cuando "lo popular" es acumular imágenes para colgar en Instagram, anécdotas divertidas que contar en X, y ligues

varios que compartir por audios de WhatsApp, pero mi rutina es tirarme en el sofá a hacer scroll infinito, la sensación de hastío crece y crece.

Es cierto que, a través de las redes sociales, también podemos encontrar muchas personas que cuestionan estos ideales. Se convierten en referentes positivos que fomentan la valoración de la diversidad, la aceptación y la autoestima, además de ayudar a crear comunidad con quienes tienen cuerpos y preferencias diferentes a los modelos exigentes que suelen imponerse.

Ojo, que cuidarse está bien, claro. Hay que moverse y tener una alimentación variada pero no podemos situar la belleza por encima de la salud física y mental. Podemos querernos sin tener que encajar en ese físico o personalidad perfecta porque: ¡La perfección no existe!

Los complejos nos reducen eso que llamamos la autoestima y esto afecta negativamente a nuestras relaciones afectivas y sexuales, haciéndonos pensar que no somos suficientemente atractivos/as, deseables o sexis.

¿Alguna vez te has detenido a pensar en todo lo que tu cuerpo te permite sentir y hacer? Te da la posibilidad de disfrutar, de hacer cosas que te hacen feliz. Y aunque sabemos que no siempre es fácil, antes de criticar alguna parte de tu cuerpo o sentir rechazo hacia él, recuerda que es gracias a tu cuerpo que puedes vivir experiencias, moverte, relacionarte con los demás. Eso vale mucho más que un kilo de más (o de menos), una arruga o unos granos que, al final, terminarán desapareciendo.

Y DE REGALO... ¡UNOS CONSEJOS!

Cuando veas que tus complejos te limitan, te proponemos hacerte las siguientes preguntas: ¿Quieres a las demás personas por su cuerpo? Tus amigos, familia, pareja. ¿Por qué debería ser diferente con uno/a mismo/a? ¿Estarías continuamente recordándole a tu amiga que se le empieza a notar celulitis? Háblate a ti misma/o como lo harías con tu mejor amigo/a.

Anota también estos tips que seguro que te resultan de utilidad:

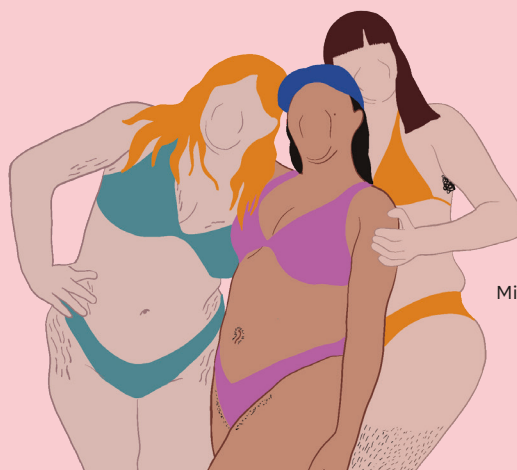
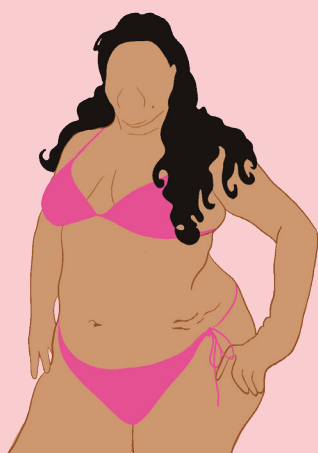
Haz algún ejercicio que te guste y te haga disfrutar y conectar con tu cuerpo.

Deja de seguir cuentas que no te hacen bien, e intenta no compararte como autocastigo. Piensa que cada quien es como es y está bien así.

¿Conoces la regla de los 5 segundos? Si ves algo en el físico o en la apariencia de otra persona que no se pueda arreglar en cinco segundos, no lo menciones.

En una relación, es probable que eso que consideras defectos, a la otra persona le pueda parecer maravilloso, porque forma parte de ti, te hace única/o e irrepetible...

¡Que nada te pare y disfruta el verano! ◦



Mireya Pérez

EL CONSUMO DE ALCOHOL EN JOVENES:

***hacer visible
lo invisible***

La palabra *popular* viene del latín *popularis*, y se refiere a todo aquello que tiene que ver con el pueblo, con lo común.

INFO JOVEN con
la colaboración del CMAPA



Mireya Pérez

En nuestro día a día, llamamos “popular” a lo que es conocido, lo que está al alcance de casi todos y forma parte de lo que consumimos, compartimos o imitamos: películas, canciones, ropa, memes, tendencias...

Todo eso forma parte de lo que llamamos cultura popular. Y lo curioso es que, para que algo se vuelva popular, no solo tiene que ser conocido, también tiene que gustar. Tiene que transmitir algo que conecte con muchas personas. Por ejemplo: el alcohol, un producto de sobra conocido que, más allá de ser una sustancia, se ha convertido en símbolo de fiesta, alegría, celebración... o incluso de desahogo emocional.

Seguro que lo has visto mil veces: si hay algo que celebrar, ¡brindamos! Y claro, lo normal es hacerlo con una copa. Eso de brindar con agua se dice que da mala suerte... Así que el alcohol se ha colado en todo tipo de momentos sociales:

Si estás triste, te dicen que un trago “te ayuda a olvidar”.

Si estás contento, pues “vamos a celebrarlo con unas cervezas”.

Si sales con amigos y no bebes, probablemente te pregunten si estás bien o te llamen “soso”. O incluso te preguntan si estás enfermo.

Si estás estresado, se normaliza beber “para relajarte”.

¿Te suena? Porque a las marcas de alcohol sí. Y lo aprovechan muy bien. ¿Cómo consiguen que beber

sea algo tan aceptado? Con campañas publicitarias súper cuidadas que conectan con lo emocional. En sus anuncios casi siempre aparecen jóvenes pasándose en grande, rodeados de amigos, en fiestas, viajando... El mensaje está claro: si bebes, serás feliz, libre, te divertirás. ¿Y quién no quiere eso?

El resultado es que el alcohol está presente en casi todas las celebraciones, incluidas muchas fiestas populares que incluso son patrocinadas por grandes marcas del sector. Así, poco a poco, se ha ido construyendo una cultura donde beber está tan normalizado que cuesta imaginar una fiesta sin alcohol.

Este tipo de mensajes calan especialmente en las personas jóvenes. Según datos del **Informe ESTUDES 2023** (Encuesta sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias), casi **el 70% de los estudiantes entre 14 y 18 años** ha probado el alcohol, y **la edad media de inicio está en los 14 años**. Además, el “botellón” sigue siendo una forma muy común de consumo, con todos los riesgos que eso conlleva.

Pero el problema no es solo que se beba, sino que no beber se ve muchas veces como algo raro o aburrido. Si decides no hacerlo, te enfrentas a preguntas incómodas o a que te etiqueten como “el aguafiestas del grupo”. Y ante esa presión, es difícil decir que no.

Todo esto nos lleva a una reflexión importante: cuando una sociedad normaliza tanto el consumo de alcohol, deja de ver sus riesgos.

Se olvida de que el alcohol es una droga, y no precisamente suave. Es un **depresor del sistema nervioso central**, y aunque mucha gente crea que “una copita no hace daño”, la evidencia científica es clara: **no existe un nivel seguro de consumo**.

Y esto no lo decimos por dramatizar. Lo dicen estudios del **Ministerio de Sanidad**, la **OMS** o el **Plan Nacional sobre Drogas**. Beber alcohol durante la adolescencia, cuando el cerebro aún se está desarrollando, puede provocar daños irreversibles. Además, está directamente relacionado con accidentes de tráfico, peleas, relaciones sexuales sin protección, agresiones... Es decir, beber no solo afecta a tu salud, también aumenta los riesgos en tu entorno.

Por eso, frente a las creencias populares y los mensajes idealizados, es fundamental informarse y tomar decisiones conscientes. Porque más allá de lo que se vea en redes o en los anuncios, lo cierto es que el alcohol **no es inofensivo**, y lo que hoy se vende como diversión, mañana puede tener consecuencias graves.

Toca empezar a cambiar el chip. No para demonizar ni para asustar, sino para tener claro que podemos disfrutar, celebrar y vivir buenos momentos **sin necesidad de beber**. Romper con esa presión social es parte del cambio. Y hacerlo ahora, desde las nuevas generaciones, puede marcar una diferencia real.

Culto a la Pilarica

**el ayer
y hoy de las
Fiestas del
Pilar**

**El cierzo sopla con
descaro entre los pinos
de Valdespartera. El sol
se pone antes, los días de
verano han terminado.**

ALEJANDRO ALCARAZ



“Habrá un día en que todos, al levantar la vista, veremos una tierra que ponga libertad”.

Septiembre duerme en una oscuridad que opaca los días de sol y de terrazas infinitas, de “Días de Verano” sonando de fondo mientras la piel se enciende por el impetuoso calor aragonés que seca las áridas tierras que protegen Zaragoza.

Ha llegado octubre. Se oyen nuevos cánticos: jotas que impregnan las calles de tradición y orgullo. No es eco: es herencia. Es que se acercan las Fiestas del Pilar.

Los mañicos y mañicas lucen el cachirulo, preparan sus trajes de baturro, ansían la llegada del Día del Pilar, dispuestos a ofrecer sus

flores a la Virgen, a disfrutar del vermuteo en el Tubo, o simplemente a pasar los días rodeados de sus más allegados. La bandera aragonesa se yergue con más ímpetu que nunca.

La plaza del Pilar se transforma en el corazón palpitante de Zaragoza. Miles de cachirulos al viento, gargantas listas para corear y móviles alzados como antorchas. Es el momento del **Pregón**, ese grito colectivo que inaugura las fiestas y que convierte la plaza en un estallido de pasión. Pero hay un instante sagrado, un escalofrío compartido: el **Canto a la Libertad** de José Antonio Labordeta.

La multitud levanta la voz al unísono: *“Habrá un día en que todos, al levantar la vista, veremos una tierra que ponga libertad”*. Y en ese momento, más que una fiesta, comienza una promesa colectiva. Zaragoza late, canta y se reconoce en su gente. Porque los Pilares no empiezan solo con fuegos artificiales: empiezan con dignidad y con historia.

ANTES: PANCETA, PEÑAS Y PASACALLES SIN WI-FI

Años 80. Zaragoza, octubre. Un grupo de colegas de Torrero se junta, montan un desfile improvisado hasta la plaza del Pilar y se convierten, sin saberlo, en los padres fundadores del “sarao pilarista joven”. Así nacen las peñas: cada una con su camiseta, su charanga y su bocata de chorizo XXL.

Las calles olían a panceta y sonaban a pasacalles. Sin móviles ni redes sociales, todo se coordinaba a base de gritos, encuentros fortuitos y una intuición muy afinada. La indumentaria no era otra que camisetas manchadas de barro y zapatillas con solera. Las verbenas, los pasodobles y las tardes interminables marcaban el ritmo.

AHORA: LOOKS, STORIES Y REGUETÓN HASTA QUE AMANECE

Hoy, la esencia sigue viva, aunque el escenario ha evolucionado. La fiesta se ha vuelto más diversa, más visual y también más digital. El epicentro de los maños se reparte entre el Espacio Zity, la plaza del Pilar, los bares del Tubo y los rincones de moda que van rotando año tras año. Los DJs internacionales se mezclan con conciertos indie, reguetón, techno y todo tipo de música apta para cualquier público. Las luces LED, los efectos, los *food trucks* y las barras interminables dan ese toque festivalero que tanto engancha.

Ahora lo importante no es solo pasarlo bien, sino que quede bien en *stories*. Los jóvenes planifican

Aunque la estética se haya adaptado a los tiempos — con *selfies*, móviles y hasta una versión virtual de la ofrenda—, el significado permanece intacto.

Aunque pueda parecer que todo gira en torno al “post”, lo cierto es que estas herramientas también han facilitado la organización y han dado voz a actividades menos conocidas.

LA OFRENDA: BATURROS QUE PERDURAN

El acto más emblemático de las fiestas, la Ofrenda de Flores, tiene un origen relativamente reciente. Fue en 1958 cuando se organizó por primera vez, y su éxito fue tal que en pocos años se convirtió en el epicentro simbólico de las celebraciones.

El éxito que tuvo el evento en sus primeros años contribuyó a que en 1965 las fiestas del Pilar fueran declaradas Fiestas de Interés Turístico Nacional. Las flores se depositaban inicialmente junto a una réplica de la Virgen que se situaba en la fachada principal del templo, pero en 1998 el cineasta Bigas Luna propuso al ayuntamiento colocar en distinto lugar de la plaza la imagen de la Virgen con el fin de hacer más suntuoso el acto del día 12.

Actualmente, la imagen de la Virgen del Pilar, ubicada en una gran estructura floral en medio de la plaza, es el destino de una larga caminata cargada de emoción, donde nuestros zaragozanos, zaragozanas y visitantes, ataviados con trajes regionales, rinden homenaje a su tierra y a su patrona con flores.

Aunque la estética se haya adaptado a los tiempos —con *selfies*, móviles y hasta una versión virtual de la ofrenda—, el significado permanece intacto. Es un acto que reúne generaciones, que emociona, y que simboliza el vínculo profundo entre la ciudad y su patrona.

GIGANTES, CABEZUDOS Y CARRERAS DE INFANCIA

Otro de los grandes protagonistas de las fiestas son los gigantes y cabezudos. El Morico, la Forana, el Berrugón o la Pilara, llevan décadas recorriendo las calles y generando recuerdos imborrables. Los más pequeños los esperan entre risas y algún que otro susto, mientras los mayores reviven sus propias infancias.

Las carreras delante de los cabezudos, los gritos, las fotos junto a los gigantes, forman parte de una tradición viva que se renueva cada año. No hay fiesta sin su presencia, y cada aparición suya es sinónimo de alegría intergeneracional.

CHARANGAS, JOTAS Y MEZCLAS INSÓLITAS

Las charangas siguen siendo el alma de las calles. Aunque hayan

los *looks* de fiesta alejados de los ansiados petos *dosmileros* de colores chillones que firmaban los amigos solo para llenarlo de barro y ceniza. Los mejores memes del Pilar se hacen virales en TikTok antes de que acabe la noche, y hasta la Ofrenda de Flores tiene su momentazo estético para subir al feed. ¿Tradición? Sí, pero con filtro Valencia y *hashtag* #Pilares2025.

INSTAGRAM, AGENDA Y ESCAPARATE

Las redes sociales han transformado la manera de vivir el Pilar. Hoy, planificar la jornada festiva empieza revisando Instagram o grupos de WhatsApp. Los horarios de conciertos, los cambios por lluvia, las recomendaciones gastronómicas o las fotos del día se comparten en tiempo real.

perdido algo de protagonismo en favor de los grandes escenarios, su espíritu sigue muy presente. Las jotás, por su parte, no son solo cosa de actos oficiales: se escuchan en las calles, en actuaciones improvisadas y hasta en versiones modernizadas.

Además, en los últimos años han proliferado iniciativas que mezclan tradición y modernidad: desde *flashmobs* vestidos de baturros hasta conciertos que fusionan música folclórica con electrónica. El Pilar es, en definitiva, un terreno fértil para la creatividad.

NUEVAS PROPUESTAS PARA NUEVOS PÚBLICOS

La programación actual del Pilar abarca mucho más que conciertos. Existen eventos pensados para todos los públicos: desde festivales sin alcohol para adolescentes, hasta zonas gamer, espectáculos de humor, mercados artesanales y talleres familiares. Esta diversidad permite que cada persona encuentre su lugar dentro de la fiesta, ya sea en primera fila de un concierto o recorriendo una exposición de faroles.

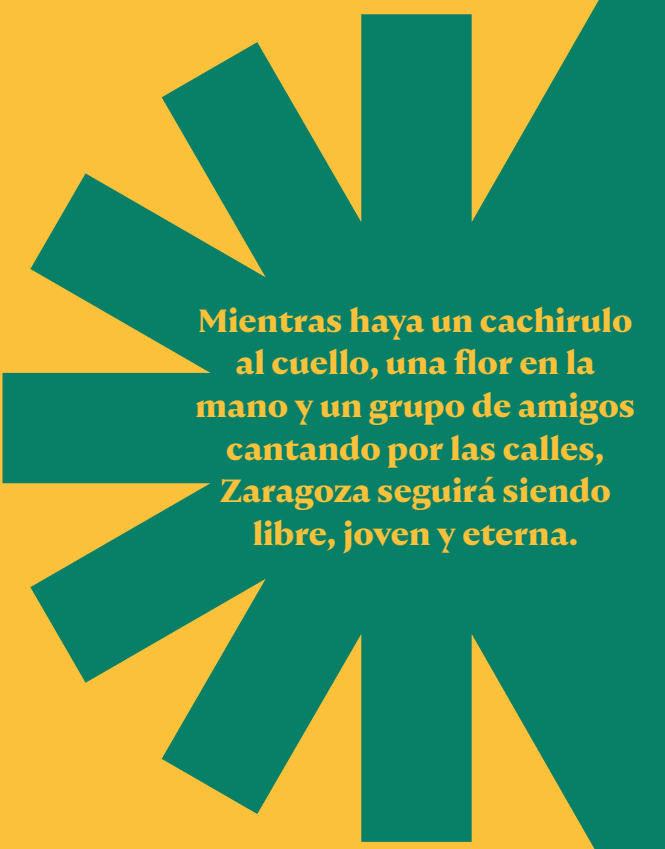
No hay Pilar sin tradición, y entre lo más querido por peques y mayores está el Rosario de Cristal, esa procesión de luz, silencio y fe que cada año deslumbra en las calles del centro. Faroles gigantes desfilan mientras la ciudad entera se detiene a mirar.

EL PILAR DEL PUEBLO, PARA EL PUEBLO

Antes te volvías a casa con una chapa de una peña y una camiseta

sudada; ahora te vuelves con mil vídeos, el móvil al 1% y la agenda llena de planes para el día siguiente. Cambia el envoltorio, pero el corazón sigue latiendo igual: la juventud zaragozana sabe que octubre es suyo, y que en las Fiestas del Pilar, cada generación deja su huella con orgullo, risas, y puede que resaca (pero de la buena).

“Habrá un día en que todos, al levantar la vista, veremos una tierra que ponga Libertad”, cantaba Labordeta. Ese día, cada octubre, parece más cerca. Porque mientras haya un cachirulo al cuello, una flor en la mano y un grupo de amigos cantando por las calles, Zaragoza seguirá siendo libre, joven y eterna ◦



**Mientras haya un cachirulo
al cuello, una flor en la
mano y un grupo de amigos
cantando por las calles,
Zaragoza seguirá siendo
libre, joven y eterna.**

Del sueño al rodaje: la nueva era para el cine joven

1899. Zaragoza. El cineasta Eduardo Jimeno rodaba la película conservada más antigua de la filmografía española utilizando una de las primeras cámaras ideadas por los hermanos Lumière. Un minuto de metraje y de plano fijo que mostraba un grupo de zaragozanos a la “Salida de misa de 12 del Pilar”.

ALEJANDRO ALCARAZ

Más de un siglo después, cineastas de la talla de Pilar Palomero, con *Las Niñas* (2020), Paula Ortiz, con *La Novia* (2015), o Javier Macipe, con su último éxito *La Estrella Azul* (2024), han ensalzado su talento y perseverancia, demostrando que aquí también se cuentan historias que dejan huella.

Hoy, esa chispa inicial se ha convertido en un fuego imparable: en los últimos años, Zaragoza ha vivido un auténtico estallido de creatividad juvenil en torno al



Durante una semana, Eszena se convirtió en punto de encuentro para más de 300 jóvenes creadores.

cine. La ciudad se ha convertido en una cuna de ideas, proyectos y festivales que han dado voz a una generación con mucho que contar y aún más que mostrar.

ESZENA: CINE DESDE EL MARGEN QUE MARCA EL CENTRO

Uno de los epicentros de este movimiento es el Festival Eszena. Nació en 2023 de la mano del Colectivo Z, un grupo de jóvenes zaragozanos que apostaron por crear un espacio propio donde mostrar cortometrajes hechos por y para su generación. Sin filtros. Sin permisos. En su segunda edición, celebrada en 2025, el festival recibió más de 450 propuestas. De ellas, 30 fueron seleccionadas para la Sección Oficial, proyectadas en espacios como CaixaForum Zaragoza.

Durante una semana, Eszena se convirtió en punto de encuentro para más de 300 jóvenes creadores. El festival no solo premió obras ya realizadas, sino también ideas en desarrollo, como con el reconocimiento “Guión en el Cajón”. La variedad temática fue contundente: salud mental, barrios en transformación, vínculos familiares, identidad de género... Historias crudas, tiernas, íntimas. Reales.

CREAR SIN PEDIR PERMISO

Pero Eszena es mucho más que un festival: es un símbolo. Representa la necesidad de construir estructuras propias cuando las tradicionales se quedan cortas. Como afirma su codirector Fer Gómez, “queremos ser un referente real para quienes están empezando”. Su compañera Laura Arnáiz lo resume con claridad: “Si no valoramos el talento joven, nunca podremos tener una industria que nos represente”.

Y lo están consiguiendo. Porque el cine joven en Zaragoza no se limita a una semana al año. Vive en escuelas como *Un Perro Andaluz*, que desde 2007 forma a jóvenes en guion, dirección o interpretación. O en la Zona Joven Miguel Catalán, donde se imparten talleres donde lo importante no es ser profesional, sino tener algo que decir. Incluso festivales ya consolidados, como *Ecozine* o *Zinentiendo*, han abierto secciones como *Ecozine Young* o *Zinenteens*, diseñadas para que las voces jóvenes resuenen también en esos espacios.

INFRAESTRUCTURA PARA CONTAR, FORMAR Y CRECER

La apuesta por el cine joven no es solo cultural, también es estratégica. Un ejemplo claro es *Distrito 7*, el futuro centro audiovisual que se instalará en la antigua fábrica de ascensores Giesa, en Montemolín. Con una inversión pública de más de 18 millones de euros, este espacio incluirá platós, aulas de formación, salas de exhibición y zonas para emprendedores. Allí se instalarán la Zaragoza Film Office

y previsiblemente la Filmoteca Municipal. Será un ecosistema para crear, formar y profesionalizar sin tener que salir de la ciudad.

Este impulso responde a una realidad evidente: en Zaragoza hay jóvenes de 16, 20, 25 años que graban con sus móviles, editan con software libre, montan castings por Instagram y ruedan en los parques del barrio. Que escriben guiones en libretas compartidas, que piden favores, que aprenden con tutoriales. Que hacen cine sin esperar a que nadie les diga que pueden hacerlo.

¿Y TÚ? ¿QUÉ QUIERES CONTAR?

Zaragoza ya no mira el cine como un lujo lejano o una carrera imposible. Lo vive desde lo cotidiano, desde lo colectivo, desde lo joven. Y ahí está su potencia. Porque este cine no busca la perfección técnica: busca la emoción honesta. No necesita presupuestos millonarios: necesita ideas valientes. No pide permiso: pide espacio. Y lo está conquistando.

Si tienes una historia que no te deja dormir, una idea que ronda tu cabeza, un grupo de colegas con ganas de crear algo juntos... este puede ser el momento. Zaragoza ya es una ciudad de cine joven. Lo único que falta es que tú te unas al rodaje.

Rueda. Escribe. Falla. Repite. Porque hacer cine es también un acto de rebeldía, de comunidad, de memoria. Y en esta ciudad, cada plano puede ser el principio de algo nuevo ◦



El Poder Silencioso de “Lo Popular”

INÉS SOLANILLA



Lo popular está en todas partes, es un fenómeno omnipresente, una corriente silenciosa que atraviesa todos los rincones de nuestra vida diaria.

En el tipo de zapatillas que llevas, en los stories que ves sin querer, en esa canción que te sabes aunque digas que no te gusta. Está en TikTok, en las prendas que copan las tiendas cada temporada, en las frases que repetimos sin darnos cuenta. Lo popular no se elige, te encuentra.

Aunque a menudo intentamos alejarnos de lo convencional, la influencia de lo popular es inevitable. Marca lo que parece que mola, lo que se ve, lo que se dice. Hasta cuando decimos que no nos importa, nos está importando un poco. Porque si algo lo peta, es difícil que no te llegue. ¿Quién no ha sentido alguna vez esa presión invisible para vestir “bien”, escuchar la música que marca el momento o adoptar una actitud que encaje con el entorno? Incluso quienes defienden la autenticidad, en el fondo, lidian con ese deseo de pertenencia.

No hace falta buscar lejos para observar cómo lo popular se manifiesta en todas partes. En los barrios, en las escuelas, en las universidades, en cualquier grupo de amigos... siempre está marcando

do qué se lleva y qué no, qué está bien y qué no tanto. Lo popular no es solo una cuestión de estética o gustos: define estilos de vida, modos de hablar y espacios sociales, y evoluciona con una velocidad vertiginosa.

Puede unirse a unas personas o alejarte de otras personas. Vivimos rodeados de cosas que marcan lo que “hay que ser”. A veces abruma. Y a veces simplemente seguimos la corriente porque es más fácil. Por eso, cuando pensamos en lo popular, no podemos limitarlo a influencers que no conocemos de verdad, a canciones virales o a modas pasajeras. Lo popular también es estar, es la suma de miles de pequeños actos de identidad que te hacen ser como eres. En medio de todo este ruido, a veces lo popular se transforma en algo puro. Algo que no nace del algoritmo, sino de la calle, de la piel, de la emoción. Eso son Modelo, el dúo zaragozano que empezó tocando frente a desconocidos en Brighton en 2019 y terminó de gira mundial con el famoso grupo inglés: UB40, representa justo eso: una popularidad que no se impone, que se gana.



Entrevista a Modelo

¿Cómo os conocisteis?

En el Popyrock, reunía a gente y a grupos de nuestra edad y ahí pues nos fuimos conociendo todos, era la movida de la música de cuando teníamos 20 años y al final pues una cosa lleva a la otra y Jorge se unió a mi grupo e hicimos Modelo.

¿Dónde preferís tocar?

En la calle, es una experiencia espectacular. Nosotros empezamos ahí y nos flipa. No hay nada que me guste más que tocar en la calle, nos parece algo mágico y absolutamente aleatorio. Excepto cuando hace 40º grados, entonces preferimos estar en un escenario.

¿Qué fue lo más random que os pasó?

Que nos pilló un stage manager y nos contrató para una gira mundial y nos pegamos tres años trabajando para un grupo famoso

"Lo que hemos vivido en Modelo es que el público es lo primero, lo que tenemos y lo que estamos haciendo nos lo ha regalado la gente. Para nosotros es lo primordial."



internacionalmente. Eso fue lo más heavy que nos ha pasado. Era el stage manager de UB40, un grupo ultra famoso en Inglaterra. Se nos acercó sin más y nos dijo que si queríamos trabajar como técnicos para ellos y desde ahí en los descansos de sus conciertos o antes de los conciertos nos íbamos a tocar nuestros propios conciertos a la calle de diferentes ciudades del mundo, solo con un ukelele y una batería pequeña y poca ropa.

¿Cuál es la ciudad que mejor os acogió?

Nueva York, no no jaja es mentira, allí no nos vieron nadie, acogida acogida en Brighton.

¿Volveríais a tocar con UB40?

Con UB40 aún hay hilo. Aunque el pasado quedó atrás, el cariño no. "De teloneros yo me lo planteaba... por las risas", cuentan entre bromas. La relación con UB40 no solo sigue viva, sino que late con complicidad y respeto: les mandan canciones, reciben feedback, y hasta comparten abrazos cuando coinciden de gira. "La última vez fue en París, justo un año después de dejar la banda. Coincidió con Navidad, y dijimos: '¿Dónde hacemos la cena de empresa?' Pues con los exjefes."

—

Así, entre risas, viajes y cenas improvisadas, celebran que MODELO ya camina por sí solo. Porque a veces el mayor regalo del pasado es ver cómo florece el presente.

¿Consejo para otros grupos que están empezando?

Lo que hemos vivido en Modelo es que el público es lo primero, nosotros lo que tenemos ni poco ni mucho, lo que tenemos y lo que estamos haciendo nos lo ha regalado la gente. Para nosotros es lo primordial. Son ellos quienes te van llevando a un sitio, a una sala o a otra o incluso a un festival. Todo gracias a la gente que te escucha.

—

¿Qué es un modelo, al fin y al cabo? La RAE lo define como “arquetipo digno de ser imitado”, y también como “forma que sirve de ejemplo”. MODELO, con mayúsculas, juega con esa idea sin proponérselo del todo. No buscan ser ejemplo de nada, y acaban siéndolo por cómo pisan, por cómo se lanzan sin red, por cómo construyen un nosotros sin pretensiones. Son modelo no por querer marcar tendencia, sino por hacer del camino una apuesta sincera. Porque, a veces, los verdaderos modelos no se imitan: se sienten, se escuchan, se viven y se admiran...

Y quizás, lo más curioso de todo es cómo Modelo encarna eso que a veces cuesta tanto definir: lo popular. No lo popular como lo masivo, sino como lo compartido, lo que nace de abajo hacia arriba, en plazas, salas pequeñas, playlists de amigos. Modelo es popular porque no se impone: se propaga. Porque no pide ser entendido, solo sentido. Su música no grita para llamar la atención, pero se queda. Y eso —ese quedarse en la gente,

ese ser parte del ruido cotidiano y emocional de quienes escuchan— es la forma más verdadera de ser popular.

Es el eco de quienes escuchan, sienten, comparten. Porque no hay éxito que valga si no conecta. Lo que más se queda no siempre es lo que más se ve. Es lo que viaja de persona en persona, dejando algo que no se borra. Una canción, una risa, una historia. Un nosotros.

También hay un precio, la presión por encajar o no ser lo suficientemente bueno puede hacer que muchos se pierdan en moldes ajenos cambian su forma de hablar, de vestir o incluso de pensar, solo por ser aceptados. Aunque eso de alguna manera también sirve de aprendizaje, porque como siempre se ha dicho y se dirá, esta frase sí que siempre será popular: “Cuando se cierre una puerta se abre una ventana”.

No hay que temer a lo popular ni a formar parte de algo que está “de moda”. Incluso lo que parece más trivial puede esconder una verdad compartida. Lo importante no es resistir o rendirse, sino saber cuándo dejarse llevar y cuándo ir a contracorriente, con la mirada clara de quién eres ◦

Al final, lo popular no es solo lo que triunfa.

Es lo que nos conecta, lo que nos atraviesa, lo que compartimos sin pensarlo.

Es ese impulso común de crear, de expresarnos, de pertenecer.

Y cuando nace de ahí, de la gente para la gente, entonces sí: se queda para siempre.

La era de la PopLítica

Hace unos meses, Donald Trump volvió a hacer lo que mejor sabe: desatar polémica.

LUCÍA VILLALVA

Esta vez, lanzó un comentario en redes diciendo que desde que él mismo tuiteó su famoso "I hate Taylor Swift", la cantante había dejado de ser tan cool. Esta no es la primera vez que Trump ataca a una estrella pop.

Porque cuando el presidente se mete con Taylor Swift, no está hablando solo de ella. Lo que le incomoda es todo lo que representa: una figura que no solo llena estadios y vende millones de discos, sino que también moviliza a generaciones enteras, especialmente a los más jóvenes. Swift es mucho más que una cantante: es un fenómeno cultural, una fuerza social y, para algunos sectores, una amenaza política real. Porque figuras como ella tienen, hoy en

día, más capacidad de llegar a la gente común que la mayoría de los políticos desde sus despachos.

Esto nos lleva a una pregunta inevitable: ¿Cómo influyen las estrellas de la música y la cultura pop en los procesos democráticos?

La anécdota de Swift y Trump es solo la punta del iceberg. Nos ayuda a entender un fenómeno mucho más amplio: **la política pop**. Porque la política ya no se juega solo en el Congreso ni en los platós de televisión: vive en TikTok, en los memes de Instagram, y en los hilos virales de Twitter. Se ha convertido en entretenimiento, y funciona como un influencer: quien no sabe comunicar en redes, no existe. Quién no genera likes,

views y shares, se queda fuera del juego.

Este fenómeno tiene un nombre: **mediatización de la política**. Ya no basta con tener buenas ideas; importa cómo las cuentas, en qué formato las lanzas y si consigues que se vuelvan virales. Un político puede tener el programa más ambicioso del mundo, pero si no conecta en el lenguaje de las plataformas, es como si no existiera.

Ahora bien, es clave distinguir entre lo **popular** y el **populismo**. Lo popular es positivo: hacer la política más accesible, más humana, más clara. Es hablar de feminismo, salud mental, vivienda o cambio climático en palabras que todos entendamos. El populismo, en

cambio, es otra cosa: simplifica los problemas, divide a la sociedad entre "buenos" y "malos", y usa el miedo para ganar apoyos. La línea es fina, pero está ahí: lo popular une, el populismo manipula.

¿Y los jóvenes? Hay quien dice que nos desentendemos de la política, pero no es cierto. Lo que pasa es que no conectamos con los partidos tradicionales, al menos aquí en España. Existe una sensación generalizada de desconfianza: tenemos metida en la cabeza la idea de que todos los políticos mienten, que da igual a quién votes porque nada cambia. Hace tiempo que los jóvenes no votan con ilusión o creyendo de verdad en la persona a la que daba su voto. Siempre es más un "votar al menos malo".

Pero no porque no nos importen las **causas**: el cambio climático, la igualdad de derechos, la salud mental, la vivienda digna, la libertad de ser quienes somos. Eso nos importa. Buscamos proyectos reales, que hablen nuestro idioma y que nos hagan sentir parte de algo.

Queremos una política que sea auténtica, sin discursos vacíos ni poses impostadas.

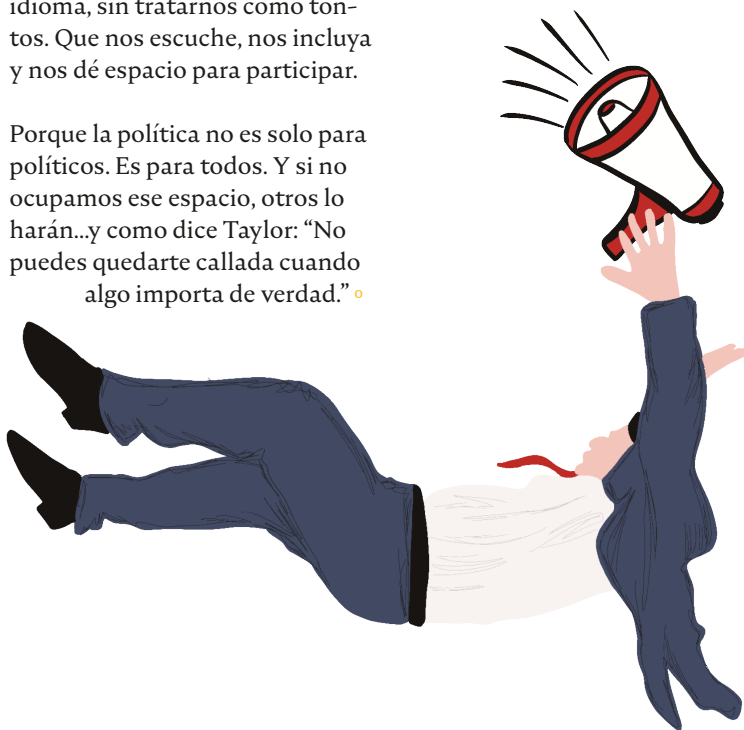
Entonces ¿la política es un show? Sí. Pero eso no tiene por qué ser algo malo. Que la política sea pop puede acercarla a más gente, hacer que más personas entiendan lo que está en juego y se animen a participar. El problema es cuando se queda solo en la forma: en el post bonito, el vídeo viral o

la frase de impacto, olvidando el contenido.

En resumen: La política pop es una oportunidad, pero también un reto. Puede acercarnos al poder y hacernos sentir parte del cambio, pero también puede quedarse en puro postureo. Lo ideal es que nos hable en nuestro idioma, sin tratarnos como tontos. Que nos escuche, nos incluya y nos dé espacio para participar.

Porque la política no es solo para políticos. Es para todos. Y si no ocupamos ese espacio, otros lo harán...y como dice Taylor: "No puedes quedarte callada cuando algo importa de verdad." ◦

Queremos una política que sea auténtica, sin discursos vacíos ni poses impostadas.



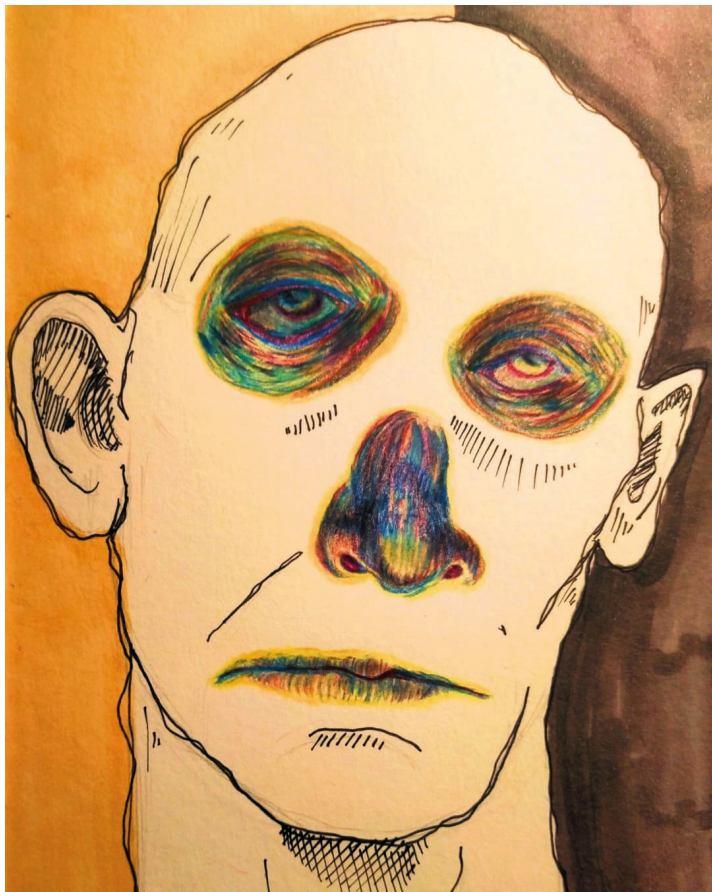


Pilar Vicente



Soy Pilar, fotógrafa aragonesa que viaja con la mirada puesta en la luz y el corazón atento a las personas. Empecé haciendo fotos como quien toma notas: capturando gestos, sombras y silencios. Con el tiempo entendí que retratar no es solo encuadrar, sino abrir un espacio de encuentro y memoria. Me interesa la fotografía como forma de conexión; trabajo con luz natural porque es honesta e impredecible, como las personas. Viajar y fotografiar han ido de la mano en mi camino. Irme de mi tierra fue también aprender a mirar desde otros lugares, y, al mismo tiempo, reconocirme. La cámara se ha vuelto mi forma de estar presente, de crear vínculos. Este premio en mi ciudad natal me emociona profundamente: cierra un círculo y abre otros. Estoy en ese momento en que el hobby se convierte en oficio. Y lo abrazo con respeto, con ganas y con la misma curiosidad del principio.

@fotortera



Rebeca Opic



Rebeca Opic es una artista multidisciplinar zaragozana, graduada en Bellas Artes y en gestión cultural, cuya pasión es llevar a la realidad lo que imagina o sueña. Sus obras plasman sus experiencias e inquietudes más personales, a menudo relacionadas con su particular mirada de la vida cotidiana. Partiendo de una imperiosa necesidad de expresión y reivindicación, usa la materialización de la psique humana y la anatomía expresionista para erigir un discurso de denuncia sobre la precaria situación de la salud mental infante juvenil, centrándose en la adicción a los opioides.

Su praxis artística se convierte así en un llamado riguroso a la reflexión y a un abordaje integral del bienestar social partiendo de lo más íntimo, visión que ha sido expuesta tanto en exposiciones individuales como colectivas en ciudades como Zaragoza, Teruel o Las Palmas, encontrándose entre ellas esta edición de 4Artes con su obra "Hueco".



Lo popular: del ágora a los a(l)goritmos

ANA ESTAÚN

Andrea Alfaro

Todo empezó con un rumor; décadas después, lo repitió internet. La diferencia es que ahora “lo popular” ya no hace falta que nadie te lo cuente: se propaga solo. Un clic, un retuit, un “me gusta” y, de repente, una generación empieza a creer en la cultura de los algoritmos polarizados y opiniones a la deriva. No es solo la información lo que hemos cedido sin darnos cuenta: también el poder, la identidad, lo popular, “lo nuestro”.

Desde el Génesis hasta el credo capitalista de la Coca-Cola, desde la creencia en los imperios que se dibujaron con sangre en mapas de papel hasta la inestable cooperación internacional —que se firma a golpe de cumbre—. Desde Marilyn Monroe y el espejismo del “sueño americano” hasta el crudo reality de las Kim Kardashian. Desde las historias que nos unieron, los libros que las difundieron y, ahora, el scroll infinito que moldea nuestro imaginario común como un barco a la deriva en una corriente rápida de ideas diseñadas para polarizar lo intencionadamente popularizado, donde los espacios públicos, que antes eran las plazas, los mercados o una canción de feria, nacía lo popular.

Pero ¿qué es lo popular? O ¿qué era, o más bien? ¿Somos populares? Ante preguntas complejas, respuestas simplificadas: la RAE —como una primera aproximación del concepto— suele ser de gran ayuda para esclarecer, delimitar o limitar conceptos:

adj. *Que es peculiar del pueblo o procede de él.*

También tiene un significado más contemporáneo:

adj. *Que es estimado o, al menos, conocido por el público en general.*

Igualmente, es importante distinguir “lo popular” del concepto “populismo”, tan importante como que son dos cosas casi opuestas: mientras lo popular se refiere a “lo nuestro, nuestra cultura, aquello que no se debería arrebatar”, el populismo es una estrategia política —muy practicada últimamente— basada en convencer al ciudadano sobre las necesidades “del pueblo” —de sus votantes—, movilizar a las masas y proponer medidas “justas” utilizando discursos simplistas para conectar con su target.

En cuanto a la diferencia entre lo popular y lo masivo es fácil: todo lo que es producido y compartido por la sociedad es lo popular, pero cuando pasa por el filtro de lo institucionalizado o industrializado, es decir, por el filtro de intereses políticos, campañas de publicidad o discursos dominantes, es cultura masiva; lo que alguna vez fue espontáneo y ahora se repite de manera planificada, empaquetada y vendida.

Los Pokémon, por ejemplo, nacieron como una idea creativa que mezclaba coleccionismo, juego y aventura. Lo popular era la imaginación de los niños, y no tan niños, compartiendo cartas en el recreo. Pero cuando la franquicia se convirtió en un gigante mediático, cuando se lanzaron campañas publicitarias millonarias, cuando las grandes empresas lo trans-



formaron en un imperio comercial, lo que era popular se convirtió en masivo.

Y así nace el término “apropiación de lo popular”.

UNA APROXIMACIÓN DE “LO POPULAR” DESDE LA MIRADA DE ALGUNOS AUTORES.

Hannah Arendt, filósofa y teórica política influyente en el siglo XX, decía que todo se fue “al garete” cuando confundimos el converger de la esfera pública —los asuntos comunes, la polis— con la esfera privada —el hogar, el oikos—, que en la Grecia Antigua se mantenían separadas. Según Arendt, al confundir estos espacios y unirlos, hemos cedido la autoridad de nuestros asuntos comunes a su gestión y administración por unos pocos, de tal forma que lo popular ya no es nuestro, sino que ha pasado a ser de todos, pero como diría Edward Bernays, pasando por el filtro del “Gobierno invisible”. El origen de “lo popular”, desde arriba o desde abajo, nunca fue una línea recta. Más bien, ha sido siempre un remolino, un oleaje perpetuo que arrastra canciones, gestos, relatos e imágenes que a veces se elevan como espuma y otras se disuelven bajo la superficie.

Lo popular ha sido algo así como una especie de crónica escrita por todos y por nadie.

El sociólogo y teórico cultural Stuart Hall partía de que lo popular no solo surge del pueblo, sino también de lo que el poder permite decir. Es un espacio donde

se cruzan intereses —como casi siempre—, identidades y tensiones entre lo nuestro y lo compartido, un trencadís donde los relatos de resistencia se mezclan con las narrativas dominantes. Hall, nos muestra que lo popular no es únicamente un conjunto de tradiciones, sino un proceso vivo, moldeable y cargado de conflicto.

El gran historiador británico, especialista en historia cultural moderna, Peter Burke, considera que debemos dejar de ver lo popular como una cultura menor o separada. En sus estudios sobre las tradiciones, Burke muestra cómo las élites adoptaron prácticas populares y las “refinaron” a su gusto, mientras el pueblo adaptaba símbolos dominantes para burlarse o resistir.

Para entendernos mejor, esta idea se podría representar a través de un concepto simple: el chándal.

Hemos cedido la autoridad de nuestros asuntos comunes a su gestión y administración por unos pocos, de tal forma que lo popular ya no es nuestro, sino que ha pasado a ser de todos, pero pasando por el filtro del “Gobierno invisible”.

Todos sabíamos que el chándal servía para el gimnasio. O, como mucho, para bajar —tímidamente— a por el pan un domingo. Sin embargo, hoy el chándal lo vemos en las pasarelas, en los videoclips, en los museos, o en marcas de lujo donde ya no solo el kinki de tu barrio lleva chándal, sino también Kanye West con sus colecciones de Yeezy, la modelo Bella Hadid en las calles de Nueva York o incluso ejecutivos de Silicon Valley como Zuckerberg y sus sudaderas que, aunque básicas, no dejan de ser un guiño a esa informalidad convertida en tendencia.

O también, siguiendo con el mismo ejemplo del sector de la moda, lo podemos ver con los trajes de fla-

Hoy, el carnaval parece haberse trasladado a los memes, vídeos virales y comentarios en redes que, aunque parecen subversivos, son parte del mismo juego de manifestar el descontento.

menca, o menos conocidos como trajes de gitana, de donde proceden. Lo que empezó siendo un atuendo humilde y funcional, que las mujeres gitanas vestían para las tareas del campo o para las ferias populares, se ha transformado en un símbolo de la cultura española reconocible y apropiado por todo el mundo.

Lo popular, ya sea de barrio o de sectores minoritarios, conecta con lo alto y lo bajo, se mezcla y evoluciona.

Para resumir esta idea, lo popular es entonces pertenencia, siendo esa fuerza que hace que te sientas parte de algo. Y ¿qué hace que te sientas parte de algo? Como refleja Yuval Noah Harari en su libro *“Sapiens”* (2015), desde los chismorreos hasta las grandes narraciones que dominan el mundo se transfiere en la capacidad de creer en cosas como los dioses, los estados, las leyes. Estas narrativas han sido esenciales para organizar sociedades complejas como las actuales y establecer estructuras de poder. Desde las primeras formas de comunicación oral hasta las actuales redes digitales.

Hagamos un viaje al pasado para dar orden y sentido a estas ideas:

LO POPULAR EN EL ÁGORA

En la Antigua Grecia, lo popular estaba en el ágora, donde no solo se discutían las leyes o se escuchaban discursos. Era el escenario donde los relatos colectivos convergían en un rumor, una canción, un relato oral que circulaba entre comerciantes y filósofos. Lo popular era la construcción de un “sentido común” a través de la palabra y la presencia. Comparándolo con el presente, podríamos decir que el ágora es un Twitter prehistórico.

LO POPULAR COMO LO GROTESCO

En la Edad Media, lo popular era lo que se oponía a la Iglesia, se disfrazaba y bailaba. Mijaíl Bajtín, intelectual ruso, en su obra *“Rabelais and His World”* (1968) nos habla del realismo grotesco. Lo popular aquí se expresa en el carnaval, donde los roles se invierten: el mendigo se ríe del noble y el clero es caricaturizado. Lo que antes era el ágora se convierte en escenario de una crítica social encubierta, que permite a la “plebe” soportar el peso del orden establecido.

Hoy, el carnaval parece haberse trasladado a los memes, vídeos virales y comentarios en redes que, aunque parecen subversivos, son parte del mismo juego de manifestar el descontento.



Lo popular se convirtió en un terreno de lucha simbólica materializada en términos de *soft power*, es decir, en tanto a capacidad de transmisión de poder cultural.

LO POPULAR COMO RECHAZO

Durante la Ilustración, lo popular es lo que debe ser domesticado. Las ideas racionalistas y el nuevo orden burgués intentan imponer un modelo de autocontrol. Burke sostiene que el clero, la nobleza y la burguesía, cada cual a su manera, comienzan a repudiar el lenguaje del pueblo, sus supersticiones, sus fiestas “escandalosas”. La cultura popular es vista como algo que debe corregirse, educarse, depurarse. En la actualidad, ese espíritu ilustrado resucita bajo el poder de los algoritmos, que nos dicen qué es tendencia, qué es “digno”, qué debemos consumir y admirar.

LO POPULAR COMO *SOFT POWER*

Durante el siglo XX, con el auge de los medios masivos, los *mass media* —medios de comunicación de masas— llevaron lo popular a una escala global. La radio, el cine y la televisión cons-

truyeron un imaginario común que cruzaba fronteras. La cultura popular se convirtió en industria, dejó de ser solo lo que el pueblo hacía para ser también lo que las élites decidían que debía consumirse, donde existía una tensión entre dos extremos: la apropiación comercial y la resistencia creativa.

Ejemplos claros: desde Marilyn Monroe, el punk o los Beatles. Lo popular se convirtió en un terreno de lucha simbólica materializada en términos de *soft power*, es decir, en tanto a capacidad de transmisión de poder cultural de un país o un grupo, capaz de moldear percepciones, influir en ideas y exportar valores a través del entretenimiento, la moda, la música y las narrativas globales.

¿QUÉ ES LO POPULAR AHORA?

Vemos que, desde una primera instancia, lo popular parecía venir del pueblo, tal y como decía la RAE. Sin embargo, lo popular no va en línea recta ni hacia arriba ni hacia abajo; más bien es un conglomerado de relatos de pertenencia arraigados al momento que se tocó vivir.

Ahora lo popular se transforma en términos de **mediatización, algoritmos y campañas publicitarias**, y se mezcla con los llamados “sesgos de confirmación”. Lo popular es ahora un territorio vigilado, donde cada acción puede ser monetizada o convertida en mercancía.

Las redes sociales no son el ágora; y citando a Bernays de nuevo, son una “sofisticada maquinaria” de control.

UN EJEMPLO DE SESGO DE CONFIRMACIÓN: EL FENÓMENO ‘*THAT GIRL*’

Un estilo de vida donde las cool girls muestran rutinas perfectas y el ideal de una vida basada sobre todo en la salud (smoothies verdes, yoga, journaling, amanecer temprano), promovido espe-





cialmente en YouTube, donde TikTok y en esa rutina se crea el sesgo de confirmación: presentar esta imagen como símbolo de productividad y plenitud, dejando fuera a quienes no tienen recursos o tiempo para cumplir con esos estándares.

Pero ¿qué es lo que hace que quieras ser una “That Girl” o te sientas mal por no serlo?

Primero, el medio de comunicación, ya sea en redes sociales como TikTok, Instagram o YouTube, un programa televisivo, un periódico, decide por ti qué es lo importante. Después, influye el cómo te lo presenta: no es lo mismo que una noticia se exponga en tono alarmista o en clave humorística, que se destaque con imágenes sensacionalistas o con datos fríos y asépticos. Ejemplo claro: “La inmigración ilegal desborda Europa” frente a “Personas buscan refugio en Europa”.

Si lo lleváramos al ejemplo de *That Girl*, no es lo mismo ver una rutina de “That Girl” enmarcada como el camino hacia el éxito que presentarla como una imposición estética.

Después, el público que acude a medios que confirmen su visión, percibe que eso es importante. El algoritmo refuerza su campo de visión a través de la repetición de las mismas ideas, ya sea por YouTube, X o TikTok. Estas ideas suelen ser discursos muy limitados que encierran una única realidad que

Las redes sociales no son el ágora; y citando a Bernays son una “sofisticada maquinaria” de control.

enfrenta con prejuicios y estereotipos. Los medios, que se alimentan de esos *clicks* y responden a métricas de interés, vuelven a priorizar esos temas, y así es cómo los medios crean la agenda, el público refuerza sus ideas y el algoritmo lo encierra en una burbuja de confirmación.

Como vemos, el siglo XXI no es más que un reflejo de “lo popular” en sus épocas pasadas, no inventó nada nuevo, solo sofisticó las formas de control y de pertenencia. Vivimos en una época en la que “lo popular” está controlado y maquillado entre mediatización, marketing, burbujas digitales y polarización que derivan en confirmación de prejuicios y silencian.

Lo popular no siempre es del pueblo, sino de quienes tienen el poder para decidir qué es lo que todos deberíamos llamar “nuestro” ◦

12 LUNAS VERANO

Zaragoza

JOVEN

Pintura · Aventuras · Deporte · Teatro
Conciertos · Cerámica · Experiencias
Bicicleta · Gastronomía · Viajes

2025



**Actividades gratuitas para
jóvenes de 14 a 30 años**



Inscríbete en las
actividades a través
de nuestra web

 @zgz joven

 @zgzjoven

 @12lunaszgzejoven



¡PORFAVOR!! ¡PORFAVOR!!
¡Que sea el AZUL!! A ver, a ver...



DOS días más tarde...





“Hacía falta demostrar que en Aragón no somos ni rancios ni aburridos”

Desvergonzaus

Es difícil que no te hayas topado con alguno de sus vídeos. Pero por si todavía no los conoces, estos son Desvergonzaus: uno de los dúos aragoneses más divertidos y populares de la red. Hace poco dieron el salto de las redes sociales a la tele, donde se encargan del backstage en Jotalent. Aunque relanzaron su proyecto hace poco más de un año bajo una nueva marca, han conseguido crear rápidamente una comunidad fiel de seguidores. Hoy descubrimos cómo empezó todo y qué sueños tienen por delante.

Instagram: @desvergonzaus //
Tiktok: @desvergonzaus

Entrevista por ESTHER MARTÍN

¿Quiénes son Laura y Juan?

Somos dos periodistas y, sobre todo, dos amigos. Nos conocimos con 10 años en el coro Amici Musicae y luego la vida nos llevó por los mismos caminos. Siempre habíamos tenido vocación de hacer algo juntos.

¿Cómo se gestó el proyecto de Desvergonzaus?

Primero surgió Desustanciaus, con ese mismo espíritu ‘glocal’: desde Zaragoza al resto del mundo. Queríamos proporcionar un espacio donde los jóvenes se

sintieran identificados, y aunque empezó como un podcast, pronto pasamos a hacer vídeos para redes. Luego Desustanciaus terminó y comenzamos en solitario con Desvergonzaus. El nuevo nombre es una declaración de intenciones de que mantenemos la esencia.

¿Y cómo se lleva pasar del anonimato a ser tan popular?

No nos consideramos populares ni famosos, pero sí es cierto que antes nadie nos reconocía por la calle y ahora hay gente que nos para y se acerca a nosotros. Siempre hace ilusión, porque demuestra que tu proyecto gusta y llega a la gente. Además, la diversidad es

asombrosa: jóvenes, gente que nos pide vídeos para sus madres, directamente las madres... Diríamos que en un abanico entre los 15 y los 70 años, porque también a raíz de salir en la tele hemos llegado a otros públicos.

Todo vuestro contenido tiene un estilo humorístico y socarrón. Incluso irreverente. ¿Es el tipo de contenido que más triunfa?

El humor ha sido nuestro buque insignia desde el principio y es lo que nos ayuda a conectar con la gente joven. A los jóvenes les gustan las cosas naturales, sin filtros, algo con lo que puedan disfrutar. Otra cosa que nos ha beneficiado es que en Zaragoza y Aragón no se había hecho aún un contenido de este tipo. Normalmente no se da rienda suelta a ser un poco más 'canallas' sin perder la profesionalidad y nosotros creemos que hemos cubierto ese nicho.

Eso os obliga también a estar pendientes siempre de las últimas tendencias, ¿no?

Nos va un poco en la profesión: intentamos estar vinculados a la actualidad y a lo que el mundo demanda, pasamos muchísimas horas en internet, no paramos de ver vídeos, trends... Pero no nos sumamos a todos. Digamos que lo que nos obliga a estar más a la moda es la forma y no tanto el contenido. Internet evoluciona constantemente e igual el formato de vídeo de 1 minuto que ahora te funciona, dentro de dos meses ya no.

¿Notáis mucho la brecha entre generaciones cuando salís a grabar a la calle?

La verdad es que sí. A nosotros nos encanta entrevistar a señoras mayores porque no tienen filtro y te dan respuestas súper espontáneas y divertidas. Con los jóvenes hay de todo: personas deseosas de que se viralice su contenido y personas que tienen mucho miedo de que eso pase. Así que tienden a ser un poquito menos naturales en cámara.

Otra característica de vuestro estilo es su carácter marcadamente aragonés, ¿diríais que forma parte del ADN de Desvergonzaus?

100%. Nos sentimos muy orgullosos de nuestras raíces y somos abanderados de Aragón, de su rasmia y de su talento. Nuestros vídeos también se ven fuera y el humor de Aragón se había quedado estancado en una época muy concreta. Hacía falta demostrar que Aragón mola tanto como otras comunidades, y que no somos ni rancios ni aburridos.

¿Qué es lo que más felices os hace de vuestro trabajo?

Todo. Nos encanta lo que hacemos. Hemos decidido apostar por Desvergonzaus como el germen o el primer proyecto de algo más grande por construir.

Podcast en Youtube, vídeos de calle, presentación de galas, backstage en Jotalent e incluso algún que otro villancico y hit del verano. ¿Qué os queda por hacer?

Nuestro sueño sería presentar un programa divertido en la tele. La experiencia con Jotalent nos ha encantado y es un formato en el que nos sentimos muy cómodos. Creemos que nos queda muchísimo por dar ◦

El boom de las MANUALIDADES ¿moda o necesidad?

Vivimos en un mundo cada vez más dominado por las pantallas, la velocidad y la inmediatez. Pasamos casi las 24 horas del día conectados, disponibles y atentos a lo que ocurre al otro lado de la pantalla, y como consecuencia, muchas veces perdemos de vista lo que ocurre a nuestro alrededor. La comparación constante se vuelve inevitable, e incluso llegamos a medir nuestro valor personal en función de cuántos likes recibimos o cuántos seguidores tenemos.

MARTA GARCÍA



Andrea Alfaro

En la búsqueda de este sosiego renacen **actividades populares tan necesarias como olvidadas** como son las manualidades.

Esta dinámica no solo nos agota físicamente, sino que también puede afectar a nuestra salud mental: ansiedad, dificultad para concentrarse, fatiga emocional... Sin embargo, cada vez son más los jóvenes que toman conciencia de esta realidad y se atreven a poner freno. Empiezan a entender que es necesario saber dejar el móvil a un lado, aunque sea por un rato, y buscar momentos de paz y tranquilidad. Tiempo para evadirse de la abrumadora realidad y poder reconectar con uno mismo.

LA VUELTA A LO HECHO A MANO

En la búsqueda de este sosiego renacen actividades populares tan necesarias como olvidadas como son las manualidades. Las manualidades surgieron en la prehistoria, cuando los seres humanos comenzaron a fabricar herramientas, tejer fibras naturales o modelar barro para crear objetos útiles y decorativos. A lo largo de la historia, estas actividades han ido evolucionando y se han transmitido de generación en generación como parte fundamental de la cultura y de la vida cotidiana. No obstante, con la expansión del mundo digital nos hemos visto absorbidos por los móviles, las redes sociales, y las nuevas tecnologías. Aunque las manualidades y las cosas hechas a mano siempre han estado ahí,

se habían quedado relegadas a un segundo plano. Pero como lo popular nunca pasa de moda, muchos jóvenes han encontrado en ellas una vía de escape y de expresión.

BENEFICIOS DE LAS MANUALIDADES

Lo cierto es que sea cual sea el motivo del auge de estas actividades, los beneficios son numerosos e indudables. **Las manualidades ayudan a fomentar el desarrollo cognitivo, la expresión y la creatividad, fortalecen la autoestima, mejoran el estado de ánimo, y reducen el estrés y la ansiedad.**

Otro de los beneficios más destacados de estas actividades es, sin duda, la oportunidad de socializar de una forma más natural y cercana. Hoy en día nos perdemos a menudo la oportunidad de interactuar cara a cara y de forma natural con las personas por estar detrás de una pantalla. Los talleres de manualidades son una oportunidad para disfrutar de tiempo de calidad con personas de tu círculo cercano, como puede ser tu pareja, familiares o amistades. O también puede ser una ocasión para crear vínculos sanos y genuinos con personas que comparten las mismas aficiones.

Sin duda, una manera de salir de la burbuja en la que vivimos debido a la existencia de los teléfonos

móviles y tener contacto directo con la realidad y el mundo que nos rodea. No podemos negar todas las ventajas que nos ha traído consigo la digitalización, pero tenemos que ser conscientes de todo lo que se está llevando: conversaciones sin interrupciones, la atención plena, el silencio compartido, la paciencia, la espontaneidad, la conexión sin filtros, la mirada directa, el aburrimiento creativo, la calma de hacer una sola cosa a la vez... y, en definitiva, el tiempo de calidad con los demás y con uno mismo. Y justo eso es lo que recuperamos poco a poco gracias a estas actividades.

ZARAGOZA APUESTA POR LO ARTESANAL

Zaragoza también se ha sumado a esta tendencia con una variada oferta de ocio. La capital maña ha sabido responder al auge de las manualidades y el deseo de volver a lo tangible, con una oferta diversa de actividades y talleres manuales.

Talleres de cerámica para moldear con calma, espacios de bordado y macramé que recuperan oficios tradicionales, actividades para crear joyas únicas, velas aromáticas hechas a mano o incluso experiencias que combinan vino y pintura para despertar los sentidos. La ciudad se llena de propuestas donde lo importante no es el resultado, sino el proceso. En un mundo que nos exige rapidez constante, el trabajo manual nos ayuda a reencontrarnos con nosotros mismos y a establecer conexiones reales con quienes nos rodean. Y Zaragoza es el lugar perfecto para hacerlo ◦

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA ESTÁ EN TODAS PARTES **del trabajo a los memes**

Hace tan solo unos años, muchas de las cosas que hoy en día consideramos normales nos hubieran parecido sacadas de una película de ciencia ficción.

MARTA GARCÍA

¿Quién se iba a imaginar que podríamos mantener conversaciones fluidas con la inteligencia artificial, pedirle que nos resumiera un texto, nos corrigiera errores gramaticales, o nos hiciera un trabajo, en cuestión de segundos?

Herramientas como ChatGPT han revolucionado la manera en la que nos comunicamos, trabajamos y buscamos información. La IA edita vídeos en minutos, crea imágenes a partir de simples descripciones, dobla voces e incluso puede simular expresiones faciales en tiempo real. Todas estas herramientas están al alcance de cualquier persona que cuente con un dispositivo conectado a internet.

Sus usos son infinitos, y no siempre se emplean para optimizar el trabajo o aumentar la productividad. A menudo se emplean para generar memes. Un meme es una imagen, vídeo o frase que se difunde rápidamente en internet, generalmente con un toque humorístico. Y la Inteligencia Artificial ayuda a crear memes analizando patrones de humor, estructura y lenguaje en millones de ejemplos ya existentes. De esta forma, se pueden generar memes de forma prácticamente automática, con unas simples indicaciones.

EL HUMOR COMO FORMA DE INFLUENCIA

La facilidad a la hora de crearlos y su toque distendido han ayudado a que los memes se conviertan en una de las formas de expresión más populares en redes sociales. Su presencia se ha ido ampliando

poco a poco a más ámbitos hasta estar presente incluso en política. Existen estudios que vinculan el humor con una mejora de las capacidades comunicativas y un mayor impacto de los mensajes, y este aspecto no ha pasado desapercibido para los partidos políticos.

Los equipos de comunicación política los crean y difunden de forma anónima con el objetivo de transmitir espontaneidad, intentando conectar con un público joven. En este contexto, el humor digital se convierte en algo más que una risa pasajera: es una forma de influir, persuadir y participar en la conversación pública desde un código accesible y compartido.

LA IA TAMBIÉN ESTÁ EN TU MÓVIL

La IA está entre nosotros en más situaciones de las que creemos. Es empleada, por ejemplo, para recomendaciones en plataformas como Netflix o Amazon Prime, cuando utilizamos el corrector automático de WhatsApp, cuando usamos el GPS, e incluso en algunos hospitales para analizar radiografías, mamografías o resonancias. Por ello, es importante diferenciar entre un uso productivo y un uso lúdico.

En su vertiente productiva, la IA se convierte en una herramienta de

apoyo al trabajo, al estudio y a la creatividad. Sin embargo, también puede emplearse para puro entretenimiento: crear memes, generar fotos absurdas con filtros, inventar canciones con voces de famosos, probar cómo seríamos de mayores o hacer montajes virales para TikTok. En este caso se prioriza el humor y el entretenimiento, con el objetivo de pasar un rato distendido, y, por qué no, intentar hacerse virales. Dos usos diferentes y contrapuestos que, en cualquier caso, dejan clara su importancia y cómo se ha instalado en nuestras vidas prácticamente sin darnos cuenta.

DEL ENTRETENIMIENTO A LA REFLEXIÓN

Lo cierto es que, aunque sus ventajas son evidentes, también lo es el riesgo de usarla sin pensar y sin conocimiento de causa. Su uso está tan normalizado que ya apenas nos preguntamos cuándo, cómo y para qué la estamos utilizando. Y deberíamos hacerlo.

No se trata de rechazarla, sino de entenderla y no dejar que sea ella la que nos controle a nosotros.

Es fundamental diferenciar cuándo nos está sirviendo de ayuda y cuándo está limitando nuestro pensamiento crítico y nuestra creatividad. La IA es una herramienta muy útil. Aun así, no podemos delegar todo en ella. No podemos permitir que se convierta en el motor que guíe todas nuestras decisiones ni en el sustituto del esfuerzo personal que implica pensar y crear. Podemos usarla, sí, pero siempre siendo conscientes de hasta qué punto estamos dejando que piense por nosotros ◦

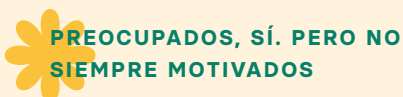
¿COMPROMETIDOS CON EL PLANETA?

Los jóvenes ante el cambio climático

Siempre se dice que la juventud tiene la llave del futuro pero cuando hablamos de medio ambiente, esa frase cobra un sentido literal. En un contexto marcado por fenómenos climáticos extremos, saturación informativa y desconfianza hacia las grandes instituciones, los jóvenes están tomando un papel protagonista en la defensa del planeta. Pero ojo: no todo es tan lineal como parece.

INFO JOVEN con la colaboración del **SERVICIO DE SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO ESTRATÉGICO**

Estudios como el elaborado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, en colaboración con la Fundación Pfizer, muestran que más del 85% de los jóvenes en España se declaran muy preocupados por la situación ambiental.



PREOCUPADOS, SÍ. PERO NO SIEMPRE MOTIVADOS

Por otro lado, un estudio reciente impulsado por ClicKoala y FAD

Juventud con apoyo de varias universidades españolas muestra una imagen más compleja de interpretar. La mayoría de los jóvenes encuestados —más de 1.000 menores de 35 años— reconoce que el cambio climático les preocupa. Hasta aquí, nada nuevo. Lo interesante es lo que pasa después de la preocupación.

Solo una parte de esa juventud da el paso hacia la acción. ¿Por qué? Porque el tipo de informa-

ción que reciben sobre la crisis climática les afecta directamente. El 47% asegura estar expuesto con frecuencia a noticias negativas o alarmantes sobre el cambio climático, mientras que solo un 11% recibe noticias positivas. Esa desproporción puede generar “agotamiento climático”, un fenómeno que, paradójicamente, en lugar de empujar a actuar, provoca bloqueo, desconexión y ansiedad.

Sin embargo, cuando los jóvenes leen historias que muestran soluciones reales o avances, su actitud cambia. Este informe compara tres tipos de noticias sobre cambio climático: una centrada en la tecnología, otra en la catástrofe (enfoque colapsista) y una tercera sobre activismo local. ¿El resultado? Las noticias que muestran logros colectivos —como la acción de 500 agricultores y activistas luchando contra la desertificación— generan más esperanza, optimismo y deseo de implicarse.

De hecho, tras leer este tipo de noticias, el porcentaje de jóvenes dispuestos a participar en iniciativas ambientales aumentó un 12%. Aquí tenemos una pista clara: no basta con hablar del problema, hay que mostrar que se puede hacer algo.



ACTIVISMO CON LOS PIES EN LA TIERRA

El activismo juvenil existe, pero no siempre tiene la forma que muchos imaginan. Solo el 4% de los jóvenes participa en organizaciones ecologistas y apenas el 3% se implica en acciones de calle. ¿Significa eso que están desmotivados? No exactamente.

Lo que piden es algo muy concreto: que las iniciativas ambientales sean transparentes, con objetivos realistas y que conecten con sus valores. El 59% de los jóvenes apoya una causa si sabe qué se hace con el dinero y cuáles son los resultados. Y por supuesto también importa cómo se cuenta: los datos nos indican que las organizaciones que comunican con claridad y muestran avances

concretos movilizan mucho más que aquellas centradas solo en el “apocalipsis climático”.

LA ANSIEDAD CLIMÁTICA SE CONTAGIA PERO EL ACTIVISMO TAMBIÉN

Un dato que no deja indiferente: tras la DANA que azotó Valencia en octubre de 2024, la ansiedad climática entre los jóvenes aumentó del 24% al 35%. También creció su exposición a noticias sobre el cambio climático —sobre todo en redes sociales— y, curiosamente, subió su motivación a actuar: del 21% al 27%.

En otras palabras: cuando la crisis golpea de cerca, muchos jóvenes sienten el impulso de hacer algo. Pero esa motivación tiene fecha de caducidad si no va acompañada de oportunidades reales, mensajes constructivos y canales accesibles para implicarse.

La clave para enganchar a la juventud está, según el informe, en ofrecer rutas claras hacia la acción. No se trata solo de grandes cambios estructurales, sino también de pequeñas victorias colectivas que demuestren que moverse tiene sentido. Limpiezas de ríos, talleres de cocina sostenible, ferias ecológicas o huertos urbanos son algunas de las actividades que más atraen a los jóvenes... siempre que se ajusten a sus valores.

El 85% de los encuestados tiene interés en el medio ambiente, pero no todos saben por dónde empezar. ¿La solución? Menos catastrofismo y más ejemplos de que el cambio ya está en marcha.

Y hablando de ejemplos... ¡Qué mejor que contar con referentes! Se suele hablar con preocupación de la exposición permanente de los jóvenes a las redes sociales pero en casos como el activismo, éstas son unas aliadas para difundir proyectos interesantes, perfiles que actúan como referentes positivos.

Es el caso de Carlota Bruna (@carlotabruna), divulgadora medioambiental y embajadora del Pacto Europeo por el Clima que comparte contenido sobre alimentación vegana y sostenibilidad. O también Clima Bar (@climabar), un proyecto de divulgación climática creado por Carmen Huidobro y Belén Hinojar, que aborda el cambio climático con humor y accesibilidad. Otro movimiento importante es Fridays For Future, el movimiento internacional impulsado por Greta Thunberg, que ha movilizado a millones de jóvenes en todo el mundo, también en España.

Tras la DANA que azotó Valencia en octubre de 2024, la ansiedad climática entre los jóvenes aumentó del 24% al 35%.

De las fondas al *feed* comida popular aragonesa con filtro

Al pensar en comida popular, se nos viene a la cabeza esa cocina de la infancia o las técnicas heredadas de las abuelas.

NAZARET PARRILLA

Poco a poco se gesta esa memoria colectiva que viaja a través de generaciones. La cultura, ahora también, es contenido viral. Lo popular evoluciona y muchos ingredientes se cocinan ahora a base de *likes* y visualizaciones. Pero la comida tradicional tiene sentido cuando regresamos al origen: esa cocina de toda la vida que sigue despertando el apetito con solo recordarla. Como la **comida popular aragonesa**: joyas gastronómicas que forman parte de la comunidad.

LOS SABORES DE SIEMPRE: ARAGÓN COMO RECETA

El **Ternasco de Aragón** fue la primera carne fresca en España

en obtener una Denominación Específica en 1989. Su carne es apreciada por su ternura y sabor suave, siendo tradicionalmente asada al horno. El **pollo al chilindrón** combina pollo con salsa de pimientos rojos, tomate, jamón serrano y cebolla; destaca por su sabor profundo. El **melo-cotón de Calanda**, cultivado en la comarca del Bajo Aragón, es el único en España con Denominación de Origen Protegida. Se caracteriza por su gran tamaño y dulzura. La **Trenza de Almu-dévar** es un dulce hojaldrado relleno de frutos secos y yema. Se ha convertido en un símbolo de la repostería aragonesa reconocida por la Marca de Calidad del Gobierno de Aragón.

EVOLUCIÓN DE LA COCINA ARAGONESA

Algunos medios como la Revista Española de Nutrición Comunitaria explican cómo estos platos han experimentado transformaciones profundas a lo largo de las décadas. Platos que nacieron de la estacionalidad o de las celebraciones populares, hoy conviven —y compiten— en las cartas de restaurantes y, por supuesto, en nuestros móviles. La tradición y la modernidad se mezclan en una cocina que ya no solo se saborea: también se **consume visualmente**.

Aquello que sonaba a “nuevo” o “extranjero” era símbolo de distinción.

RAÍCES QUE ALIMENTAN EL PRESENTE

En la posguerra y durante buena parte del siglo XX, la cocina aragonesa estuvo marcada por el **aprovechamiento de recursos locales y la simplicidad en la elaboración**. Platos como el **potaje de garbanzos** o las **borrajas con patatas** eran parte esencial del menú familiar. Muchas de las recetas eran comunitarias y cocinadas con tiempo en hornos de leña. Las **fondas** y **casas de comidas** de la época son establecimientos que han servido esa cocina casera, sin pretensiones, pero con la autenticidad que otorga el arraigo.

EL CÓCTEL DE GAMBAS Y LA MODERNIDAD

La década de los 80 trajo consigo una nueva visión de la sofisticación. Uno de los platos estrella en las celebraciones se vestía con lechuga picada y salsa rosa: el **cóctel de gambas**. Aquello que sonaba a “nuevo” o “extranjero” era símbolo de distinción. En Aragón, algunos restaurantes empezaron a reinterpretar platos tradicionales desde una mirada más técnica, cuidada. Se consolidaron como lugares que apostaban por la cocina de autor sin alejarse de lo autóctono.

IDENTIDAD Y REINVENCIÓN

En los 2000 algunos de los chefs comenzaron a **reivindicar los productos locales con un**

enfoque de alta cocina. Ingredientes como la **trufa negra** o el **jamón de Teruel** ocuparon un lugar protagonista en menús de degustación, reinterpretados con técnicas modernas. Se apuesta por el producto, pero también por la narrativa gastronómica: contar una historia en cada plato desde el territorio aragonés.

ERA DIGITAL Y FOOD CONTENT

En la última década, la cocina ha dejado de ser solo experiencia física para convertirse también en **contenido visual y emocional** en las redes sociales, transformando el acto de comer en una *performance*: se come. **Bowls coloridos** y **brunchs con huevos benedict**, que priorizan sobre todo la estética. Zaragoza ha sido una de las ciudades que ha acogido estos cambios. Uno de los eventos más destacados es la **Champions Burger**: hamburguesas con pan *brioche* negro, nombres provocativos

y una estética perfecta para el *reel* de Instagram.

COCINA POPULAR EN TIEMPOS DE SCROLL

En una carta aragonesa es posible encontrar **unas buenas migas con huevo trufado** junto a un **poke de salmón**. La comida popular evoluciona, pero hay algo que nunca cambia: **el placer de disfrutar un buen plato**. La cocina aragonesa sigue cocinando memoria, territorio e innovación, solo que ahora se suman las redes sociales para, a veces, mostrar solo lo superficial. No olvidemos esa comida popular que tanto nos ha dado y, disfrutémosla.



Mireya Pérez

Dime cómo hablas... y te diré a qué generación perteneces

¿Te acuerdas cuando el “running” era “footing”? ¿Y cuando te llamaban al teléfono y descolgabas con un “Digamelón”? ¿Y cuando te marchabas con un “¡Me las piro, vampiro!”?

ESTHER MARTÍN

Tranquil@, si no te suenan de nada o, aunque las hayas oído, no las has usado nunca, no estás sol@ en el mundo. Son expresiones que se hicieron populares en los 80 y los 90. Y después... cayeron en desuso. Algunas, como “okey makey” no han envejecido tan mal, pero todas ellas son la prueba de que

el lenguaje es un elemento vivo, flexible y dinámico, que evoluciona en el tiempo, adaptándose al contexto social y cultural.

Para eso también hay que entender de qué va esto de las generaciones y por qué somos tan distintos de cómo eran nuestros abuelos o nuestros padres. Y la

culpa de muchas cosas la tiene, sí, internet. La gran revolución digital que asomaba tímidamente a finales del siglo XX ha hecho que el mundo de los 2000 no se conciba sin wifi, conexión permanente al 5G, acceso universal a la información y barra libre de redes sociales. La velocidad a la que todo sucede hace que las modas cambien

rápido. Antes duraban más; generaciones enteras han respondido “Chachi piruli” cuando algo les parecía bien o estaban de acuerdo, han tenido que soportar con resignación cuando les “metían un rollo” o les “cantaban las cuarenta” o han valorado el interés que les despertaba un asunto con un “mola mazo” o “mola mogollón”.

La periodista y escritora Mar Abad, autora de libros como “De estraperlo a #postureo”, afirma que los coloquialismos de una generación suelen terminar por normalizarse e incorporarse al lenguaje habitual de la siguiente. El problema, explica, es que antes este proceso ocurría con el paso de las décadas y se difundía a través del boca a boca y de los medios de comunicación. En la actualidad, sin embargo, esta evolución se ha acelerado estrechamente gracias a un altavoz global y masivo: las redes sociales.

HABLEMOS DE GENERACIONES: BABY BOOMERS, X, Y Y Z

¿Qué define a las generaciones? Patrones de comportamiento, actitudes, corrientes de pensamiento y perspectivas compartidas. De algún modo, somos hijos del tiempo que nos ha tocado vivir y ese es el molde que da forma a nuestra manera de ser y estar en el conjunto de la sociedad.

Las generaciones se agrupan como sigue: los *baby boomers* (nacidos entre los años 50 y 60), la Generación X (desde los 60 hasta los 80), la Generación Y o “millennials” (de los 80 hasta los 2000) y la Generación Z o “zoomers” (a

partir de los 2000). Es importante tener en cuenta que estas fechas son aproximadas y pueden variar según la fuente.

Cada una es totalmente diferente a la anterior. Los *baby boomers* se caracterizan por un espíritu ambicioso y autosuficiente, fruto de la estabilidad y prosperidad económica que sucedió a la posguerra. La Generación X vivió una era de cambios que los hizo más escépticos a las instituciones y en cierto modo independientes, pragmáticos y consumistas. Los *millennials* crecieron en el contexto de la globalización y la democratización de la tecnología, lo que les hizo sumamente creativos y partidarios de proyectos colaborativos. Los *zoomers* son los que se consideran como primeros nativos digitales. Tienen un fuerte sentido de la estética, son emprendedores y buscan constantemente nuevas experiencias.

Lo más curioso es que, según algunas teorías, las generaciones también son cíclicas. Así que aquí se hace cierto el dicho de que estamos condenados a repetir la historia. Concretamente, es lo que estipularon en 1997 los sociólogos Neil Howe y William Strauss en “The Fourth Turning”. Pero al margen de estas suposiciones, un hecho es innegable: hablamos como vivimos. Y esto explica muy bien que nuestros abuelos se defendieran a base de refranes y que nosotros hayamos decidido convertir en meme todo lo que pasa por nuestras manos.

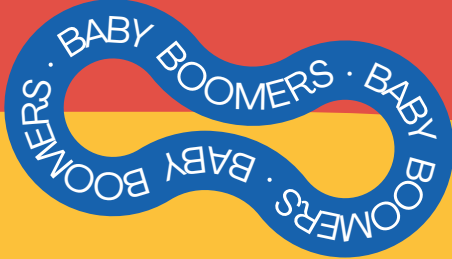
Esta es la jerga de internet: un lenguaje plagado de abreviaturas, siglas, símbolos y anglicismos. Y también de humor. Reírnos con un “LOL” o sorprendernos con un “OMG!”, quejarnos cuando nos hacen “spoiler” o reconocer cuando alguien es muy “pro” forman parte de nuestro día a día, pero hacen la conversación ininteligible para alguien de mayor edad.

Por eso, y con el propósito de tender puentes entre generaciones, aquí va un listado de expresiones populares a lo largo de los años. Disclaimer: Algunos de los elementos que aparecen a continuación pueden ser compartidos entre varias generaciones, especialmente entre millennials y Generación Z.



Andrea Alfaro

¿Quién dice qué?



- “Equilicuá”** Eso es / así es. Para reafirmar.
“Botarate” Hombre alborotado y de poco juicio.
“Guateque” Fiesta.

- “Niqui”** Polo, camiseta de vestir.
“Tener el baile de San Vito” Cuando alguien e mueve mucho.

GENERACIÓN X

- “Yuyu”**. El cringe de ahora.
“Arreando, que es gerundio”. Ponte en marcha rápido.
“Hola, caracola” y **“Hasta luego, cocodrilo”**. No explanation needed.
“Nasti de plasti” y **“Naranjas de la China”** o su variante **“Nanai de la China”**. Ni lo sueñes, ni hablar.
“A la cola, Pepsicola”. Que no te cueles.
“Flipar en colores”. Alucinar.
“Efectiviwonder”. Efectivamente.
“Lo llevas clarinete”. Lo llevas claro.
“Guay (del Paraguay)”. Por alguna razón los jóvenes de los 80 tenían tendencia a establecer rimas sin sentido semántico.



- “Bro”**. Abreviatura de brother.
“Stalkear”. Espiar a alguien. Suele utilizarse en el contexto de las redes sociales.
“Hype”. Denota emoción en torno a algo.
“Literal”. Literalmente.
“Funar”. Denunciar o difamar.
“Random”. Aleatorio.

“NPC”. Siglas de Non playable character; alguien sin personalidad.

“Lache”. Que da vergüenza ajena.

“Se vienen cositas”. Se avecinan novedades, muy usado por artistas para anunciar lanzamientos.

“Y la queso”. Que te da completamente igual lo que piensen los demás.

MILLENIALS

“Mordor”. Cuando algo viene de Mordor o parece Mordor es que es horripilante y lúgubre, en clara alusión a El señor de los anillos.

“Fail”. Error, algo con resultado negativo.

“Hipster”. Un moderno.

“Shippear”. Cuando dos personas pegan como pareja.

“Ir a full”. Ir a saco, a tope.

“Estar on fire”. Más o menos sería como el estar en tu prime de ahora. Estar a tope.

“XD”. Símbolo impronunciable. Significa que te estás partiendo de risa, como el emoticono.

“Nini”. Ni estudia ni trabaja.

“Ghosting”. Cuando tu crush no te hace caso.

“En plan”. Muletilla que significa muchas cosas, y que suele usarse para explicar o aclarar.

¿Verano? Mejor: Fiestas populares en Aragón

Tú, sí, tú. Seguro (o casi) que estás deseando desconectar un rato, dejar a un lado las obligaciones y sumergirte en ese ambiente que ya huele a verano, a música, a charanga. Ese ambiente que solo puede significar una cosa: fiestas populares.

NAZARET PARRILLA



Andrea Alfaro

A medida que el verano avanza, los barrios de Zaragoza se transforman en verdaderas celebraciones.

Desde los barrios de Zaragoza hasta los pueblos más pequeños de Aragón, las fiestas veraniegas van mucho más allá de ser celebraciones. Son también momentos de conexión, cultura popular, y reencuentros. Y tú, que estás leyendo esto, seguro que tienes algo que ver con ellas.

Entre junio y septiembre, Aragón se llena aún más de vida. Así que coge libreta (o el móvil) y apunta.

LAS FIESTAS DE BARRIO QUE NO TE PUEDES PERDER ESTE VERANO

A medida que el verano avanza, los barrios de Zaragoza se transforman en verdaderas celebraciones. Desde mediados de junio barrios como el **Actur**, **La Almozara** o **La Magdalena** -que arranca con su icónica **Semana Cultural**- dan

la bienvenida a la temporada. Les siguen **Parque Goya**, **La Paz**, **Torrero y Rosales del Canal**. **Arcosur** y **Casablanca** cierran el mes con sus fiestas también.

Julio sigue con las celebraciones en barrios como **Garrapinillos**, y no tardan en sumarse **Juslibol**, **La Jota o Peñaflor**. En agosto, **Las Fuentes** prepara sus fiestas. **Miralbueno** y **San José** despiden el mes por todo lo alto.

Ya en septiembre, el protagonismo se lo lleva el barrio de **Delicias**, con más de diez días de celebraciones. También es el momento de barrios como **Oliver** o **Monzalbarba**, con prefiestas incluidas. Hacia mediados, **el Picarral** y **Valdefierro** también se unen a la programación, poniendo el broche final al verano.

¿Y SI SALIMOS DE LOS BARRIOS ZARAGOZANOS? RUTAS FESTIVAS POR ARAGÓN

Aragón está lleno de lugares en los que, cuando llega el verano, empiezan fiestas que no son solo **eventos sociales**.

La Feria Medieval de Daroca se celebra en el mes de julio, catalogada como **Fiesta de Interés Turístico de Aragón**. Esta localidad histórica regresa a la época de la Edad Media cada verano. Mercado medieval, juglares, puestos de artesanía o recreaciones históricas, son algunas de las actividades que puedes disfrutar.

Y cómo no nombrar en este mes La **Vaquilla del Ángel**, la celebración de mayor arraigo y tradición de la ciudad de Teruel. Una festividad a nivel nacional de la que es muy posible que te empapes de vino. Además, el punto culminante es la **corrida de toros que se lleva a cabo en la Plaza de Toros de Teruel** y que atrae a aficionados de todo el país. Esta fiesta es declarada de **Interés Turístico Nacional**.

Si regresamos al mes de agosto, tienen lugar las fiestas de San Roque en **Calatayud**, que atrae a cientos de turistas. Sus fiestas están catalogadas como **Fiestas de Interés Turístico Regional**.

También en la localidad de **Ca-landa** se celebran **las Fiestas de San Lorenzo**. Esta festividad es un auténtico espectáculo conocida por visitantes de todas partes.

Huesca también celebra sus mayores fiestas en honor a su patrón, **San Lorenzo**. La ciudad se viste de blanco y verde y todas las personas salen a la calle para disfrutar de la festividad. **Destaca la tradicional Ofrenda de Flores y Frutos a San Lorenzo**, en la cual las personas desfilan por las calles principales portando ramos de flores y productos de la tierra.

Las Fiestas de San Lorenzo han sido declaradas Interés Turístico Nacional.

En este mismo mes tiene lugar la **tradicional fiesta de las Migas y Vino en Teja de Romanos**, catalogada como **Fiesta de Interés Turístico de Aragón**. Durante esta celebración se reparten las migas y se procede a la degustación del vino. Un planazo para quien le guste el turismo gastronómico.

Otra fiesta popular es la que se celebra en la localidad histórica de Tarazona. **El Cipotegato de Tarazona** es protagonizado por una persona que se viste como si fuera un antiguo bufón, que recorre el pueblo y anuncia el inicio de las fiestas, mientras vecinos y turistas le lanzan tomates. **El Cipotegato** está catalogada como **Fiesta de Interés Turístico Nacional**.

En septiembre y para los aficionados del vino, está la **Fiesta de la Vendimia de Cariñena**, declarada **Fiesta de Interés Turístico de Aragón**. En la Plaza del Vino se pueden degustar los mejores caldos de las bodegas de la zona.

TODA FIESTA TIENE SU HISTORIA

Que nos gusta la fiesta es una realidad. Pero también hay que decir que detrás de muchas de estas festividades hay siglos de historia, leyendas y tradiciones que dan forma a las celebraciones que conocemos hoy.

El origen de la tradición del Cipotegato se remonta al siglo XVIII, aunque hay diferentes leyendas

entre las que el Cipotegato se relaciona con un reo, un bufón o un paloteo. Con el tiempo, esta figura evolucionó hasta convertirse en un símbolo de identidad y orgullo.

La Fiesta de la Vendimia de Cariñena tiene sus orígenes en el siglo XVI cuando Cariñena recibió con una fuente de vino al rey Felipe II. Por eso uno de los momentos más emblemáticos en las fiestas es cuando la Fuente de Mora comienza a emanar vino en lugar de agua.

Las fiestas en Calatayud combinan actos religiosos con eventos populares. Una de las tradiciones más destacadas es la romería a la ermita de San Roque. Muchas personas suben en procesión a la ermita entre fuegos artificiales, tambores y emociones.

En cuanto a Daroca, a través de su feria medieval se puede rememorar su rica historia como si de un viaje al pasado se tratara. Durante esos días, las calles se llenan de mercados, recreaciones históricas y actividades que celebran el legado de las tres culturas que

Que nos gusta la fiesta es una realidad. Pero también hay que decir que detrás de muchas de estas festividades hay siglos de historia, leyendas y tradiciones que dan forma a las celebraciones que conocemos hoy.

convivieron en la ciudad: cristiana, judía y musulmana. Uno de los eventos más importantes es la representación del “Milagro de los Corporales”.

FIESTAS DE PUEBLO: IDENTIDAD, EMOCIÓN Y COMUNIDAD

No hay pueblo pequeño cuando se trata de fiestas. Porque cada rincón de Aragón se convierte, durante unos días, en el centro de todo. Y es que no hay nada como una fiesta de pueblo. Discomóvil, verbenas, vaquillas, orquestas, comida popular... Estas fiestas lo tienen todo. Pero, sobre todo, ese sentimiento de pertenencia: “Aquí nos volvemos a encontrar cada verano”.

Samper de Calanda, Hija, Rubielos de Mora, Vierlas, Nova-



Las fiestas son necesarias porque todos necesitamos pasarlo bien de vez en cuando y generar esos recuerdos únicos que van a perdurar. Pero es importante tener conciencia siempre y no arrepentirnos de los mismos.

Ilas, Olvega, Vera del Moncayo, Santa Cruz de Moncayo, Perales, Lidon, Argente... son algunos de los pueblos en los que podemos vivir todo esto, y más.

Pero este viaje va más allá de una fiesta. Son días para reconectar, revivir la identidad rural y mantener vivas las tradiciones. Y hay que recordar que allí donde disfrutamos son pueblos rurales que hay que cuidar y no olvidar que tienen su vida todos los demás días que no son fiestas.

FIESTA SÍ, PERO CON CABEZA

El bocadillo a las seis de la mañana, las camisolas de las peñas, el crush veraniego o los esperados reencuentros. Las fiestas son necesarias porque todos necesitamos pasarlo bien de vez en cuando y generar esos recuerdos únicos que van a perdurar. Pero es importante tener conciencia siempre y no arrepentirnos de los mismos. Respeta a los demás; en muchas de las fiestas hay puntos violetas por si necesitas algo; comparte buenos momentos, no aquello que pueda dañar a alguien.

Todo esto ya lo sabemos, sí, pero a veces se nos olvida. El control es tuyo.

ARAGÓN SE VA DE FIESTA, ¿Y TÚ?

Las fiestas veraniegas no solo son una excusa para las risas y las verbenas: son parte de nuestra identidad, el alma de los pueblos y barrios, y una oportunidad para desconectar de esa rutina de la que a veces no salimos. Ya conoces muchas de las fiestas populares veraniegas que se celebran en Aragón, y que van mucho más allá: se viven, se comparten y, sobre todo, se respeta a los residentes y a los de todo tu alrededor.

Bueno, quizás a la próxima fiesta no puedas ir, pero seguro que a alguna de todas las demás sí. ¿Te animas a la verbena? 

SER

POPULAR

**“Me gustaría
ser popular,
pero solo si
soy fiel a mí
misma”**

NAZARET PARRILLA

Cuando pregunto a mis amigos qué significa para ellos ser popular, las respuestas son muy diferentes. Algunos opinan que es ser conocido por mucha gente, aunque esto puede llevar a malentendidos: "Que te conozca mucha gente hace que las cosas que digan de ti puedan no ser ciertas". Otros lo ven como algo positivo: "Ser popular es gustarle a mucha gente y quiera estar contigo". Según la RAE, ser popular es: "ser conocido y apreciado por mucha gente". Sin embargo, hay algo en lo que todos coinciden: la popularidad tiene ventajas, pero también presenta desafíos.

En medio de un frenesí digital, el concepto de ser popular para los jóvenes ha cambiado: ¿qué es ser popular hoy? ¿Se puede ser popular sin perder la esencia de quién eres? La última respuesta es la clave: "Me gustaría ser popular, pero solo si soy fiel a mí misma".

SER POPULAR HOY

La popularidad entre los jóvenes es un concepto complejo que combina factores sociales y

digitales. Según un estudio de la *American Psychological Association*, la popularidad se puede dividir en dos tipos: *likabilidad*, ser querido por ser amable, y popularidad de estatus, ser admirado por atributos como la apariencia, el talento o la riqueza.

Derivado del latín *popularis* ("del pueblo") originalmente se refería a lo común o accesible para las masas. Ahora, está intrínsecamente ligada a las redes sociales, lo que genera presión por tener una imagen idealizada y mantenerla constantemente. Esta búsqueda de validación puede llevar a los jóvenes a cuestionar su autenticidad, ya que sienten que deben adaptarse a las tendencias para ser aceptados.

Un estudio de la Universidad de California señala que adaptarse continuamente a las tendencias puede llevar a una pérdida de identidad personal, ya que los jóvenes pueden sentirse obligados a conformarse a lo que es popular en lugar de expresar su verdadero yo. Ahí radica el desafío de equilibrar el "yo real" con el "yo digital". La popularidad ha pasado de ser un fenómeno local a uno global y efímero, impulsado por la viralidad.

LA FUGACIDAD DE LA VIRALIDAD

La viralidad es uno de los motores principales de la popularidad, aunque esa fama suele ser fugaz. Las redes sociales han cambiado las reglas del juego: un vídeo o una foto puede hacerse viral, pero esa popularidad es efímera y, a menudo, vacía. Según un informe de Harvard Business Review, el contenido viral tiene una "vida" promedio de entre 48 y 72 horas. Después el algoritmo cambia y los usuarios tienen que volver a empezar.

Estudios de la Universidad de Michigan confirman que gustar en redes activa áreas del cerebro asociadas con la recompensa y, asimismo, la búsqueda constante de ese estímulo. Pero también puede amplificar el estrés cuando no se alcanza la validación esperada. La popularidad digital se convierte, entonces, en una fuente de ansiedad.

SACRIFICAR LA AUTENTICIDAD POR UN MOMENTO DE FAMA

Las tendencias y la atención del público cambian rápidamente. ¿Cómo se traduce esto? La reinención constante, la búsqueda de visibilidad, el miedo a desaparecer... Todo ello puede derivar en problemas psicológicos.

Los adolescentes populares a menudo enfrentan amistades inestables y una autoestima frágil, ya que deben esforzarse por mantener su estatus. El periódico digital El País ha recogido en varios artículos cómo crece la dependencia emocional de los jóvenes en la validación en redes y, por tanto, la fragilidad de sus relaciones sociales.

La Teoría de la Comparación Social explica que observar cons-

tantemente aquellas vidas que parecen “perfectas” puede llevar a sentimientos de inferioridad y ansiedad. Pero también hay otra cara de la moneda. Según un estudio en *Journal of Youth and Adolescence*, los adolescentes que priorizan la autenticidad reportan mayor autoestima y menores niveles de depresión.

QUÉ HAY QUE TENER PARA SER POPULAR: INFLUENCERS

Busco en Internet “cómo ser popular” y los primeros resultados son sobre cómo destacar en la escuela. Pero esa presión ahora los adolescentes se la llevan a casa. Sigo navegando y aparecen artículos sobre qué hay que tener: sentido del humor, coherencia, seguir las tendencias... ¿Hay que adquirir una serie de pautas para ser popular? ¿Seguir a alguien?



Andrea Alfaro

Un estudio del Pew Research Center afirma que una parte creciente de la juventud prefiere tener cuentas privadas, sin fotos, o incluso perfiles anónimos para observar sin ser observados. Es el influencer a la inversa: escoger el anonimato como forma de autocuidado.

Los influencers representan para muchos el ideal de popularidad. Según el informe Digital 2024, más del 70% de los usuarios sigue al menos a un influencer. Y muchos de ellos también sueñan con estar en su lugar. Y es que muchos construyen un personaje digital que no siempre refleja la realidad. Y, aunque cada vez se apuesta más por mostrar la vulnerabilidad, la popularidad online sigue estando asociada a la visibilidad y apariencia, mucho más que a la conexión real.

LA POPULARIDAD SILENCIOSA

En un mundo donde lo visible parece tener más valor, hay otras formas de popularidad que no se miden en likes. La psicología social habla de conducta prosocial: personas que no buscan ser el centro, sino que generan impacto actuando con integridad y coherencia.

Autores como Ruiz, García o Benavides concluyen que las personas con comportamientos prosociales –como ayudar a otros, escuchar o ser empáticos– son muy populares en sus entornos personales. Y no solo eso, esa popularidad presenta un buen bienestar emocional y académico. Aunque no siempre lideran los grupos, son muy valorados: “la

prosociabilidad [...] es la popularidad entre los iguales”.

Actuar bien con los demás no solo construye relaciones más duraderas, sino que ese comportamiento puede proteger frente al aislamiento social. Son las claves silenciosas de una popularidad real y duradera.

DESCONECTARSE PARA RECONECTARSE

Pero también son muchos los adolescentes que deciden salirse del escenario de la popularidad. Cada vez son más los que deciden borrar sus redes, crear cuenta privadas o dejar de compartir. Este fenómeno no es solo una moda alternativa, es una respuesta al agotamiento social. Deciden alejarse por lo que se denomina fatiga social. Y no solo afecta a quienes no logran o no quieren ser populares; sino también a los que lo han sido. Está claro lo que buscan: no exponerse. Dejar de actuar por otros. Ser libres.

Un estudio del Pew Research Center afirma que una parte creciente de la juventud prefiere tener cuentas privadas, sin fotos, o incluso perfiles anónimos para observar sin ser observados. Es el influencer a la inversa: escoger el anonimato como forma de autocuidado.

¿DEJAMOS DE INTENTAR GUSTAR?

Casi siempre nos preguntamos cómo ser populares, pero no por qué queremos serlo. La idea de ser popular se ha convertido en algo natural porque las redes sociales nos incitan a perseguir esa fama. La popularidad puede llegar. Pero que llegue como consecuencia, no como objetivo. Que sea el reflejo de lo que haces bien, no una meta vacía. O por otro lado decir “esto no me representa”, “prefiero estar en paz, no agradar”, algo que es, en realidad, un acto de valentía.

Pero lo más importante es no olvidar quienes somos. Porque lo popular puede ser efímero, pero nuestra identidad permanece. Los patrones sociales influyen en tus comportamientos, pero no los determinan. Ser tú no siempre te hará popular, pero sí fiel a ti mismo y, sobre todo, libre ◊

Todo lo que necesitas saber ya te lo dijo tu abuela

“Haz el bien y no mires a quién”, “No por mucho madrugar amanece más temprano”, “Más sabe el diablo por viejo que por diablo” o “Al mal tiempo, buena cara” son algunos de los refranes que hemos escuchado desde pequeños, casi como si fueran la banda sonora de nuestra infancia.

MARTA GARCÍA



Andrea Alfaro

La sabiduría popular no se aprende en libros, ni en clases, ni en redes sociales, sino que nos la han compartido nuestras abuelas de generación en generación.

Hoy en día es fácil encontrarse con frases motivacionales cada vez que abrimos Instagram, o en la multitud de libros de autoayuda que prometen claves para alcanzar el éxito, sanar heridas o encontrar el equilibrio. Pero, en el fondo, no es nada nuevo. Esto ya existía antes, solo que sin adornos ni postureo.

Eran los consejos de las abuelas, que además tenían uno para cada ocasión: si llovía, si alguien te rompía el corazón, si no llegabas a fin de mes, o si te dolía la barriga. No se les escapaba nada. Sabían de economía, de salud, de relaciones, y también de cómo plantarse ante la vida. Lo que hoy llamamos “desarrollo personal”, ellas lo llaman refranes. Y lo cierto es que, a pesar del paso del tiempo, siguen funcionando. Lejos de quedarse atrás u obsoletos, nos ayudan a entender y manejar mejor lo que

nos pasa, y continúan siendo útiles para afrontar situaciones del día a día.

APRENDIZAJES QUE CALAN SIN DARNOS CUENTA

La sabiduría popular no se aprende en libros, ni en clases, ni en redes sociales, sino que nos la han compartido nuestras abuelas de generación en generación. Quien más y quien menos, estamos acostumbrados a escuchar desde pequeños los refranes de nuestras abuelas. El hecho de que lo hagan de forma espontánea y sin pretensiones es precisamente lo que hace que estos aprendizajes nos calen tan hondo. Gracias a la repetición, incluimos muchos de los refranes que vamos escuchando en nuestro vocabulario, y sin darnos cuenta, también los utilizamos. Los repetimos, los compartimos, y los aplicamos.

Esta forma de conocimiento son saberes contruidos colectivamente que están presentes en nuestro lenguaje, nuestras rutinas y nuestra forma de entender el mundo. Son enseñanzas prácticas, adaptadas a la vida real, que nos conectan con nuestras raíces y con una forma de sabiduría que no caduca.

REFRANES PARA TODO: UNA GUÍA PARA LA VIDA

Los refranes no solo suenan bien. Han funcionado durante generaciones como brújulas que nos orientan en lo cotidiano. Son frases cortas, pero cargadas de sentido. Y lo mejor es que hay uno para casi cualquier ocasión. Son versátiles, polivalentes y se pueden aplicar a un sinnúmero de situaciones. Desde las más simples, hasta las más complejas.

SALUD, CUIDADO Y REMEDIOS

“Tómate una manzanilla, que eso lo arregla todo”

“Una manzana al día mantiene al médico en la lejanía”

“Más vale prevenir que curar”

ACTITUD ANTE LA VIDA

“No hay mejor desprecio que no hacer aprecio”

“El que mucho abarca, poco aprieta”

“Dios aprieta, pero no ahoga”.



“Las cosas baratas, al final salen caras”.

“Más vale poco y seguro que mucho y dudoso.”

“Nadie da duros a cuatro pesetas”.



“Ojos que no ven, corazón que no siente”.

“Donde hubo fuego, cenizas quedan”.

“Dime con quién andas y te diré quién eres”.



“El que tiene boca se equivoca”

“No dejes para mañana lo que puedas hacer hoy”

“Al trabajo no lo vence ni el frío ni el calor”.

Cada uno de estos refranes actúa como una pequeña herramienta: ayudan a simplificar decisiones, ofrecen consuelo en los malos momentos, e incluso marcan un camino a seguir cuando no tenemos claro hacia dónde ir. Dan respuestas fáciles y concretas a situaciones que pueden parecer muy complejas, pero que nuestras abuelas abordan con una naturalidad asombrosa. Aportan claridad, alivio, perspectiva. Son frases sencillas, pero que nos ayudan a mirar la vida con más calma, sentido común y sabiduría.

Quizá una de las razones por las que nos aferramos tanto a los refranes es porque vienen de nuestras abuelas. Es decir, de personas en las que confiamos ciegamente y sin condiciones. Al contrario que las frases de autoayuda que podemos encontrar en libros o en redes sociales, nuestras abuelas no están buscando aprobación, ni likes, ni ningún tipo de beneficio. Por ello, no necesitamos buscarles una doble intención a sus refranes, sino que los asumimos como verdades que han resistido al paso del tiempo. La sabiduría popular solamente busca acompañarnos, enseñarnos y seguir transmitiéndose.

AUGE DE LAS ABUELAS EN REDES SOCIALES

Los refranes han viajado de generación en generación de forma oral. Pero ahora han encontrado en las redes sociales un nuevo canal de comunicación. Y, aunque pueda parecer una contradicción (porque solemos asociar las redes al postureo, la apariencia y cierta falta de profundidad), lo cierto

es que la sabiduría popular y las abuelas han logrado hacerse un hueco sin perder su autenticidad.

Aplicaciones como TikTok, Instagram o YouTube no han sustituido al boca a boca, simplemente le han dado más visibilidad. Lo que antes se decía en la cocina o en una sobremesa familiar, ahora también se graba con un móvil y se comparte con miles de personas. Y el mensaje es el mismo. Solo que la misma sabiduría de siempre, ahora llega a más personas.

Muchas de las abuelas que acumulan miles o millones de seguidores en redes sociales se hicieron virales sin quererlo, gracias a que un día alguno de sus nietos o sus hijos le pidió grabar un vídeo mientras cocinaban juntos, o mientras le daba uno de esos consejos que le ha repetido siempre.

Sin buscarlo, estas abuelas se han convertido en referentes en las redes. Son muchas las personas que valoran profundamente sus consejos, su forma de ver la vida y la sabiduría cotidiana que comparten. Son un faro de autenticidad en un entorno dominado por discursos vacíos y modas pasajeras, y conectan con personas de todas las edades, ya que la gente encuentra en ellas la voz de la experiencia y un refugio emocional en un contexto donde muchas veces escasea lo genuino.

CONEXIÓN EMOCIONAL ENTRE GENERACIONES

Y es que, sea cual sea la manera de transmitir sus conocimientos, bien en la vida real o bien a través

Es fundamental darles a los refranes la importancia y el valor que merecen, y seguir compartiéndolos, porque solo así seguirán vivos muchas más generaciones.

de las redes sociales, las abuelas conectan generaciones, emocionan y enseñan. Simplemente siendo quienes han sido siempre. Y seguramente eso es lo que tanto gusta de ellas.

Sus consejos no solo son útiles, sino que también están cargados de afecto. Cuando nos sentimos perdidos, escuchar un refrán o consejo proveniente de ellas no es solo un consejo o una guía. Es sentirnos cuidados, comprendidos y arropados. Es una forma de consuelo que va más allá del contenido del mensaje, porque viene de alguien que se está preocupando por ti. Por eso, cada vez que nos dicen **“no hay mal que por bien no venga”** o **“todo llega para quien sabe esperar”**, no estamos recibiendo solo un consejo, sino también una muestra de amor y cuidado.

Además, cuando transmitimos estos pensamientos de generación en generación, estamos contribuyendo a crear un fuerte vínculo generacional. Estamos recordando a quienes nos los enseñaron. Y en un mundo cada vez más rápido y más cambiante, esa sensación de pertenencia y continuidad se convierte en algo realmente valioso.

EL VALOR DE LO QUE NUNCA PASA DE MODA

En tiempos en los que buscamos certezas entre tanto ruido, los refranes siguen siendo un sostén al que aferrarse. Una manera sencilla y directa de interpretar la vida, recordarnos lo importante sin necesidad de grandes discursos, y guiarnos si estamos en horas bajas. Porque lo popular también comparte sabiduría, y muchas veces nos empeñamos en encontrar respuestas en redes sociales, o libros de autoayuda, cuando las mejores respuestas siempre han estado ahí, presentes desde la infancia.

Es fundamental darles a los refranes la importancia y el valor que merecen, y seguir compartiéndolos, porque solo así seguirán vivos muchas más generaciones. Y es que, en cada **“quien bien te quiere te hará llorar”** o **“cuando una puerta se cierra, otra se abre”** no solo hay sabiduría: hay historia, hay afecto, y hay continuidad. Y tal vez, después de todo, la verdadera sabiduría no esté en encontrar nuevas respuestas, sino en saber escuchar y valorar las que ya nos regalaron nuestras abuelas.

¿QUÉ ES SER POPULAR?

¿Qué significa ser popular? ¿Que todo el mundo te conozca? ¿Ser el más guay del instituto? ¿Estar a la moda? ¿Tener muchos seguidores en Instagram o TikTok? Hay muchas cosas que pueden ser populares. Pueden ser populares hoy y dejar de serlo mañana, como cantantes de los que ya nadie habla o series de televisión que ya nadie ve.

ESCRIBEN: Eduardo Ibáñez, Marta Fernández, Rocío López, Santiago Salgado, Manuel Mazarico, Javier Sebastián, Enrique Borlizzi, Claudia Consuegra, Paula Blanco, Javier García Roco, Marta Saura, Leyre Gasión, Paula Chueca, Ana Blanco, Raúl Gaudioso, Marta Blanco, Clara Fernández, Lidia Piquero, María Canales, Medardo Heredia

En cambio, hay cosas que perduran en el tiempo que, de tanto ser populares, se convierten en costumbres arraigadas que mucha gente hace durante años y años. Por ejemplo, a uno de nosotros le encanta echarse la siesta. ¿Qué hay más popular que la siesta? A otra le fascinan las fiestas de los pueblos, tan populares que hasta se llaman

fiestas populares. Hay quien disfruta comiendo comidas tradicionales o con procesiones de Semana Santa o con cosas tan sencillas y tan nuestras como ir a comprar, salir a la terraza a tomar el sol o dar un paseo por el campo...

Pero no sólo las cosas o los lugares pueden ser populares, también hay

gente que se hace popular. Muchos de ellos por sus profesiones.

Los deportistas de alto nivel son muy populares, como nuestra Teresa Perales. Algunos cantantes consiguen gran popularidad como, por ejemplo, Andrea Boccelli cuando cantó con Marta Sánchez, así como los actores que actúan en películas famosas como Jesús Vidal, que se hizo popular con su interpretación en Campeones. También hay políticos famosos, como Pablo Echenique, aunque algunos no precisamente por su labor política... bueno, dejemos esto para otro artículo.

Y ¿qué tienen en común todas estas personas famosas? Pues que además de famosos son personas con discapacidad.

Y ahora os preguntamos, ¿creéis que todas estas personas hubieran sido famosas si no hubieran tenido discapacidad? En estos casos ¿ha sido una ayuda o una desventaja? Pensadlo y nos decís ya que también hay otras personas con

discapacidad que se han hecho populares porque han superado barreras y son un ejemplo de valentía y de no rendirse, como Pablo Pineda, que es el primer chico con Síndrome de Down en cursar la carrera de magisterio. En este caso no es su profesión lo que le hace popular, sino su esfuerzo. Sea como sea, nosotros pensamos que lo importante de ser popular no es tener muchos likes o muchos seguidores en RRSS, lo que importa de la popularidad es lo que hagas con ella y que la emplees en hacer de este mundo un lugar mejor con tu influencia.

¡Seamos influencers del cambio!º

En la web tienes una versión de este artículo en pictogramas y en audio.



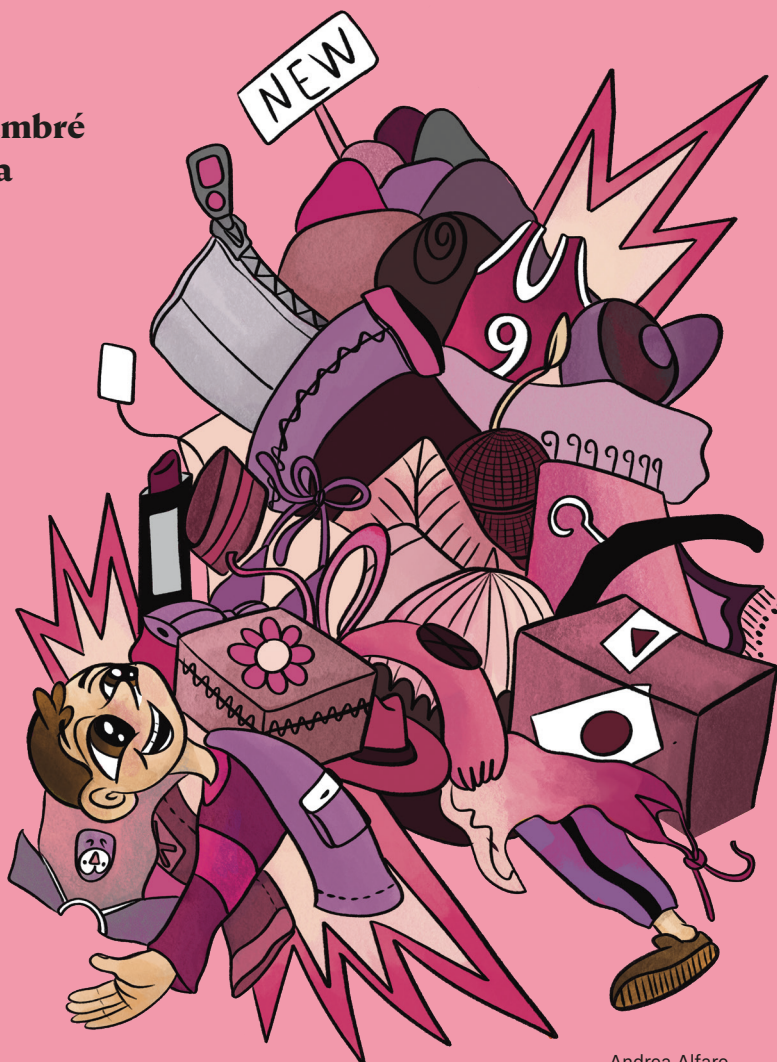
FAST FASHION

el coste invisible de la moda ultra-rápida

Cuando era niña, me acostumbré a que mi madre me arreglara las camisetas que se habían descosido, y a llevar ropa heredada de mis hermanas mayores. Para mí era lo más normal hace 20 años.

ESTHER MARTÍN

Y aunque ahora todavía lo hago, ya no es lo mismo; estamos inmersos en un sistema superproductivo e hiperconsumista que incentiva la moda rápida (*fast fashion*): comprar, llevar muy pocas veces y descartar rápidamente del armario. Y vuelta a empezar. La ropa que se deshecha va a parar a los vertederos, donde se quema o se entierra, con las consiguientes consecuencias medioambientales. ¿Sabías que la textil es la cuarta industria más contaminante del planeta?



Andrea Alfaro

LAS DIMENSIONES DEL PROBLEMA

Según un informe del Parlamento Europeo (2024), en 2020 cada europeo consumió textiles que requirieron 400 m² de tierra, 9 m³ de agua y 391 kg de materias primas. Esta actividad generó una huella de carbono de 270 kg por persona. La producción textil es, además, responsable del 20% de la contaminación de las aguas a nivel mundial, derivada de los procesos de teñido y lavado. Los químicos que se utilizan y las fibras microplásticas con las que se elaboran los tejidos se vierten al agua y acaban entrando en la cadena alimentaria.

A veces es complicado que nos podamos hacer a la idea con estas cifras, quizás demasiado abrumadoras. Pero vamos a poner un ejemplo más visual: con toda la ropa que desperdiciamos podríamos llenar un Empire State y medio cada día.

Y este no es solo un problema medioambiental; también tiene un alto coste social y económico. Muchas prendas se fabrican en países donde los trabajadores sufren condiciones laborales precarias e incluso explotación. Además, el auge de las grandes cadenas y las compras por internet perjudica gravemente a los pequeños comercios locales, que no pueden competir en la guerra por los precios ni en la rapidez de producción y entrega. Antes se lanzaban dos colecciones: una de primavera/verano y otra de otoño/invierno. Ahora hay novedades todo el tiempo, ¿por qué esperar?

ALTERNATIVAS SOSTENIBLES

Fashion Takes Action es una organización canadiense que busca educar y concienciar en un modelo de consumo de moda más responsable. Ante la cultura del “usar y tirar”, esta asociación nos anima a que nos hagamos una simple pregunta: “¿Me lo voy a poner al menos 30 veces?”. Si la respuesta no está clara, entonces quizás no necesitas esa prenda.

Existen muchas maneras de contrarrestar los efectos nocivos del fast fashion. Una es, evidentemente, reduciendo la cantidad de ropa que compramos, pero también podemos redefinir los usos de nuestras prendas una vez ya no sean útiles para nosotros. Tal vez esa camiseta que ya no vas a ponerte pueda convertirse en una tote bag estupenda. Si lo que queremos es desecharla por completo, entonces, nunca a la basura: siempre en los contenedores indicados para ello.

Existen asociaciones que se dedican a la recogida, reutilización y reciclaje de ropa, como Aropa2, que en 2024 gestionó casi 800.000 kilos de ropa, calzado y textiles en Zaragoza. El 55% de estos materiales se reutiliza, ya sea para tiendas de segunda mano o para entrega social. “Hasta el momento hemos facilitado ropa a más de 2.000 familias de la ciudad de Zaragoza y colaboramos con entidades como Fundación Down, Fundación Rey Ardid o Centro Neuropsiquiátrico Nuestra Señora del Carmen en varios proyectos”, señala Julio Cortés, coordinador de esta iniciativa.

Existen asociaciones que se dedican a la recogida, reutilización y reciclaje de ropa, como Aropa2, que en 2024 gestionó casi 800.000 kilos de ropa, calzado y textiles en Zaragoza.

Un 35% del total se recicla y el 10% restante se desecha. Sí han percibido que últimamente la calidad de la ropa ha bajado, lo que dificulta su recuperación, pero en lo positivo destacan una sociedad más concienciada cada día: “Cuando empezamos prácticamente no existían tiendas de ropa de segunda mano y ahora es difícil encontrar un barrio donde no la haya. La sección que tenemos de ropa vintage es especialmente demandada por los jóvenes”, menciona. De hecho, han tenido que ampliar su horario y pronto se trasladarán a unas nuevas instalaciones para seguir con su labor, con la que también proporcionan un empleo a personas en riesgo de exclusión.

Facebook: Aropa2

Instagram: @aropa2_zaragoza

TikTok: @aropa2tinser

El test definitivo para saber si **lo petas** o si te has quedado en el Fotolog

¡Ey! ¿Crees que lo sabes todo de lo que se lleva, lo que se dice y lo que se viraliza? ¿Presumes de estar al día en redes, memes y jerga de patio? ¿O te has quedado pillado en la época del Messenger y no sabes distinguir un "PEC" de un "LABUBU"?

Te proponemos un test rápido, gracioso y absolutamente inútil... salvo que quieras saber en qué punto estás del espectro del postureo pop.

Responde con sinceridad y al final descubre si eres un gurú de lo viral o si necesitas una suscripción urgente al internet de 2025.

1. Cuando oyes "LABUBU", ¿piensas en...?

- a) Una tribu de Madagascar.
- b) El grito de guerra de un minion.
- c) Un muñeco adorable con cara de gremlin que es lo más de TikTok.
- d) ¿Es un insulto?

2. "No me rayes, bro" es algo que...

- a) Le dices al frutero si te quiere vender una piña pasada.
- b) Se dice cuando alguien te molesta o complica la vida por WhatsApp.
- c) ¡Frase de sabiduría urbana, hermano!
- d) No entiendo... ¿rayar con qué? ¿Con el rallador?

3. ¿Quién es Bad Gyal?

- a) Una rapera que tiene un puesto en el mercadillo de La Almozara.

- b) Una cantante catalana que ha elevado el autotune a patrimonio cultural.

- c) La némesis de Good Boy.

- d) ¿Y por qué lo escribís mal?

4. ¿Has usado alguna vez la expresión "Qué cringe"?

- a) Solo para referirme a mi adolescencia.

- b) Sí, sobre todo cuando veo vídeos de padres bailando en TikTok.

- c) "Cringe" soy yo cada lunes.

- d) ¿"Cringe"? Eso no se dice en aragonés.

5. ¿Qué es más vintage?

- a) Una cámara de carrete.

- b) Decir "vintage".

- c) Escuchar reggaetón de 2006.

- d) Hacer el test impreso en papel.

6. ¿Qué significa "PEC"?

- a) Es la marca de mi lavadora.
- b) "Persona Excesivamente Cariñosa"... o "Plan de Estímulo Creativo". No sé, ¿hay varias?
- c) "Postureo En Ciernes".
- d) "Por el culo".

7. ¿Sabes quién es Amarna Miller?

- a) ¿Una influencer de literatura feminista?
- b) Sí, claro. Activista, ex actriz porno, autora y todo lo que le echas.
- c) Amarna suena a nombre de colonia.
- d) Poeta y nieta de Arthur Miller.

8. ¿Y si te digo que "Shrekcore" es tendencia?

- a) ¿Perdona? ¿Qué?
- b) Una rave organizada donde hay que ir disfrazado de personaje de película.
- c) ¡Estilo visual que lo peta entre fans de la estética nostálgica!
- d) Dejad de inventar cosas, por favor.

9. El término "NPC" lo usas cuando...

- a) Hablo de videojuegos, obvio.
- b) Me cruzo con gente que parece que vive en piloto automático.

c) Quiero decir "No Problem, Co"

- d) ¿Eso es lo que sale cuando se cae el WiFi?

10. ¿Qué te sugiere "BeReal"?

- a) Una red social donde no puedes posar, ¡foto real en 2 minutos o nada!
- b) Una canción de Kendrick Lamar.
- c) Una filosofía de vida.
- d) ¿No era un eslogan de yogures?

Resultados**De 0 a 3 respuestas correctas:****"No tienes ni idea. Estás más pasado que King África"**

¡Tranquilidad, crack! No se puede saber de todo. Pero quizás te venga bien una dosis de calle, scroll y TikTok para ponerte al día. Te recomendamos una tarde en El Túnel con gente que te actualice el software.

De 4 a 7 respuestas correctas:**"Eres cultura pop... versión Telecinco 2010"**

Tienes conocimientos, pero se nota que hace tiempo que no te actualizas. Como el Windows Vista. Estás a medio camino entre el emoji y el sticker, el VHS y el reel. ¡Te falta un empujoncico!

De 8 a 9 respuestas correctas:**"Nivel influencer con filtro de perro"**

¡Ey, tú sí que sabes! Estás al día, hablas en memes, y te expresas mejor con gifs que con palabras. Dominas la jerga y sabes lo que es "slay" sin necesidad de buscarlo en Google. Enhorabuena, pop star.

10 respuestas correctas:**"Eres el algoritmo hecho persona"**

Vives en el feed, respiras trends y probablemente tienes más pestañas abiertas que horas de sueño. Si fueras más viral, te compraría Elon Musk.

¿Y tú? ¿Qué resultado has sacado?

Comparte este test con tus colegas y demuéstrales quién manda en la cultura pop de Zaragoza. Y si no te ha salido como esperabas... ¡No pasa nada! Puedes venir a los espacios jóvenes de La Azucarera o El Túnel a ponerte al día. Spoiler: no es un examen, pero casi.

Respuestas

1-C / 2-B / 3-B / 4-B / 5-A / 6-D / 7-B / 8-C / 9-B / 10-A

Buscamos jóvenes periodistas e ilustradores/as para la Revista Zaragoza Joven

¿Quieres participar en nuestra revista? Rellena el formulario al que se accede a través del QR y te añadiremos a nuestra bolsa de colaboradores/as.

Adjunta tu DNI/NIE, currículum vitae, un ejemplo de tu trabajo y cuéntanos por qué quieres participar.

Te pedimos tener entre 18 y 30 años, y disponer de un título que acredite tu especialización.

Periodistas: grado en Periodismo, másters de especialización en Comunicación, Comunicación Audiovisual, etc. (o estar próximo/a a conseguirlo).

Ilustradores/as y dibujantes de cómic: Diseño gráfico, Ilustración, Bellas Artes, etc.

Tanto los textos como las ilustraciones tendrá una remuneración adaptada a tu participación en la revista (extensión, tipo de artículo, número de ilustraciones, etc).

CONTAMOS
CONTIGO



Zaragoza

**JO-
VEN**



Zaragoza
AYUNTAMIENTO