

Farmear aura, las claves de la moda viral que ha enganchado a la chavalería

Las quedadas para cultivar carisma de los 'zetas' han dado el salto de la pantalla a la calle. No hay nada sospechoso detrás: **«Buscan lo mismo que nosotros a su edad en el patio del colegio»**



JULIA FERNÁNDEZ

Si vas por la calle y te encuentras a un grupo de chavales que rodea a otros dos que se hacen gestitos, ponen muecas y recrean situaciones con cierta comicidad, no los mires raro: no se han vuelto locos ni están actuando, están farmeando aura. Bueno, en realidad están en plena batalla para farmear aura, el último fenómeno viral que está dejando ojipláticos a todos los que no son generación Z. TikTok está lleno de vídeos de quedadas para esto. En persona, sí. Hasta ahora, la mayoría eran fuera de nuestras fronteras, principalmente en Latinoamérica, pero ya han llegado aquí. Hace unos días se viralizó una en Barcelona, después otra en A Coruña, luego la moda llegó a Burgos, este domingo fue protagonista en Palma de Mallorca...

¿Te suena todo a chino? Es normal. Se podría decir que a cualquier humano mayor de 25 años (y sin hijos adolescentes) esta historia le ha pillado a pie cambiado. Así que vamos a empezar por lo básico, intentar definir qué es lo que hacen exactamente. El aura es «la palabra actual» para lo que el resto de la población llamamos carisma, estilo, seguridad..., señala Pavel Sidorenko, profesor de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y experto en comunicación social. Y farmear «viene del inglés 'farm', que significa cultivar», una palabra muy utilizada en el mundo de los juegos de rol de los 90, que luego se trasladó al de los videojuegos, y de ahí a esto. Así que traducido todo al lenguaje de los que no somos 'zetas': lo que hacen es competir por ver quién resulta ser más guay.

Las batallas, por cierto, no tienen reglas, ni códigos estrictos, ni siquiera un jurado que se rija por unos criterios claros. Son escenificaciones en los que los chavales hacen lo que les place: desde bailes a gestos como el 'six seven', pero también pueden quedarse quietos, bailar 'breakdance' (¿hay algo más ochentero?), imitar a Cristiano Ronaldo cuando celebra un gol... todo vale. Un ejemplo para los que ya tenemos cierta edad: ¿te acuerdas del concurso de quitar bragas con una mano de la película 'Zoolander' (2001)? Pues es lo mismo, pero en 2026 con protagonistas menores de edad. De hecho, muchas batallas de las que hay en redes replican algunos de los gestos de los protagonistas. Sidorenko nos invita también a no pasar por alto que todo esto está rodeado de cierto absurdo necesario que reconocen los propios chavales: «Es un juego lingüístico autoconsciente don-

de gran parte del uso del aura está cargado de ironía y humor».

«Lo hemos hecho todos»

En función de los aplausos del público de las batallas, los competidores suman aura. «Cada acción se evalúa como un clip susceptible de sumar o restar puntos al carisma: +1000 aura,

-500 aura», prosigue Sidorenko. El fenómeno hay que analizarlo «desde una dimensión lúdica y comunitaria», precisa la psicóloga Laura Montero, directora del centro L'amor Psicología. Coincide con ella su colega Silvia Álava: «Es una moda». No hay

que tomársela más en serio que los propios jóvenes porque detrás no hay nada preocupante ni sospechoso. «Lo que buscan con estas batallas es reconocimiento, pertenencia y estatus dentro de un grupo, algo que todos

a su edad hemos hecho de un modo u otro», prosigue la directora del área infantil del Centro Álava Reyes.

«Tiene una base evolutiva: en la adolescencia el cerebro está especialmente sensible a la aprobación social porque las áreas emocionales maduran antes que la corteza prefrontal, que regula el impulso y las consecuencias a largo plazo», precisa Montero, miembro del Colegio Oficial de Psicología de Bizkaia. Así que el aura de 2026 «es lo que la psicología social llama 'capital social entre iguales' desde hace décadas».

La diferencia entre lo que hacíamos nosotros y lo que hacen ahora los jóvenes está en el espacio. «En nuestra adolescencia, la comparación social era con los compañeros del colegio y del instituto, con los vecinos del barrio, con tu grupo de amigos... De tú a tú», prosigue Álava. Ahora, en cambio, el escenario es más universal: son las redes. Y lo que hacen se viraliza, nos enteramos todos. — ¿Por qué nos llama tanto la atención entonces?

— Laura Montero: Por el efecto visual: el código nos resulta ajeno, solo vemos la forma: gestos raros, palabras inventadas... No la función que hay detrás.

De la pantalla al mundo real

Cuánta más aura farmeas, mayor aceptación social tienes. Es decir, más popular eres. «Estar pendiente de cómo nos perciben los demás por sí mismo no es negativo ni problemático. Todos necesitamos cierta conciencia social. Solo hay que ver dónde ponemos el foco: si estoy prestando toda mi atención a cómo me perciben los demás y me olvido de cómo me percibo a mí mismo», desliza Álava. «Existe un riesgo real de intensificar la aversión al ridículo, pero con matices. La generación Alfa (hasta los 16 años) es la que más pone en valor el absurdo y la que publica sus propias pérdidas de aura para intentar rentabilizarlas», continúa Sidorenko.

Pero quizá el dato «más relevante psicológicamente» que más está pasando desapercibido de este fenómeno es el de que las batallas por farmear aura son presenciales. «Un fenómeno nacido en la pantalla ha empujado a los adolescentes a quedar físicamente, cara a cara, delante de un público real, sin mediación de una pantalla. Esto tiene un valor que no es menor en una generación a la que constantemente se le reprocha vivir enganchada al móvil», concluye Montero.

Por qué cuesta entender el fenómeno

Las batallas para farmear aura están acelerando un fenómeno que a Silvia Martínez, profesora de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y experta en comunicación social, le resulta especialmente revelador: la progresiva disolución de las fronteras entre la vida digital y el mundo físico. «La diferencia entre ambos entornos se diluye: quedan para grabar los encuentros y luego subirlos a redes. Pero es que en los propios encuentros hacen alarde de todo ese conocimiento que viene de lo que sucede en las redes sociales», señala. Esta dinámica, además, refuerza un comportamiento «disruptivo en el sentido de que otras generaciones de más edad no llegan a interpretar exactamente lo que está ocurriendo». Una brecha que, no es nueva: ya se vivió con los 'therians' (jóvenes que se identifican con animales).

