



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES.**

**¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight
edge un nicho de mercado?**

Tesina.

**Que para obtener el título de Lic. en
Comunicación.**

Alumno: Salyano Alvarez Ivan Jason.

Asesora Mtra.: Mabarak Celis Adela

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., 2018.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice.

1. Introducción.	1
2. Capítulo 1. ¿Qué es el consumo?	2
2.1 Clases de consumo.	8
2.2 Jerarquía de necesidades de Maslow.....	
2.3 Deseos Latentes y Pasivos.....	14
2.4 Deseos Descartados.	14
2.5 Segmentación.	15
2.6 Patrones de consumo o estandarización del consumo.	16
3. Capítulo 2. Tribu Urbana, planteamiento, definición y elementos característicos.	18
3.1 El inicio de una contracultura.	19
3.2 ¿Qué es identidad?	21
3.3 Territorio, estado, país y nacionalismo.	25
3.4 Concepto de comunidad.	29
3.5 Definiendo a la contracultura.	33
3.6 Definiendo el término “Tribu urbana”.	37
4. Capítulo 3. ¿Qué es el punk?	46
4.1 El punk en México: “No hay futuro”.	57
4.2 Hardcore punk.	62
4.3 Hardcore straight edge.	65
4.5 El Straight edge en México.	71
5. Capítulo 4. Patrones de consumo de la tribu urbana straight edge en México.	79
5.1 Consumo de medios en la tribu urbana Straight Edge en la CDMX.	84

5.2 Consumo de productos y comida chatarra.	87
5.3 Consumo de productos secundarios.	88
5.3 El straight edge y el vegetarianismo.	89
5.4 Conclusiones.	91
8. Bibliografía.	96

Introducción.

En este trabajo se han buscado establecer, las bases teóricas para dar al lector una aproximación que defina al consumo así como sus directrices y su importancia dentro de la sociedad, seguido de un análisis e interpretación del término *tribu urbana* en el que se dan sus características principales, todo esto como parte de la difusión de la tribu urbana *Straight edge* en México.

Dadas las prácticas y los patrones que siguen los jóvenes que integran esta tribu, resulta peculiar y muy interesante analizar su consumo y sobre todo establecer que para los comunicólogos y publicistas -sobre todo-, hay un gran nicho de mercado no descubierto que debe ser reconocido para generar mensajes destinados a estos consumidores.

También, es de suma importancia, que marcas como vans, adidas, dickies e incluso Levis, tomarán como segmento de mercado esta tribu urbana, pues submarcas como *Commute* de Levis fabrican ropa especial para ciclista, misma que podría ser de gran utilidad para grupos vegetarianos seguidores del *straight edge* por su gusto de recurrir al transporte verde como la bicicleta. Las marcas vans, adidas son muy recurridas en cuanto al calzado que esta tribu urbana utiliza.

Capítulo 1. ¿Qué es el consumo?

Para John Maynard Keynes¹ el consumo es una regla básica que busca satisfacer un servicio o necesidad a través de la adquisición de un bien; sea esta adquisición: espiritual, material, o de autosatisfacción. En cada aspecto de la vida se puede observar el consumo como resultado del ingreso económico obtenido de la ocupación del ciudadano.

En este capítulo se hará una revisión de diferentes autores y conceptos para identificar los elementos que conforman el consumo como un fenómeno no aislado de la sociedad.

¹ Keynes John Maynard, *“Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero”*; Fondo de cultura económica, 1992, Buenos Aires.

“Es una manera de relacionarse con los demás y de construir la propia identidad. De hecho, las sociedades denominadas como avanzadas, desde la irrupción de la producción en masa, el consumo, y especialmente el consumo de mercancías no necesarias para la supervivencia se ha convertido en una actividad central hasta el punto de que se puede hablar de una –sociedad consumista-. “²

Los humanos consumen por la necesidad por pertenecer o bien salir del contexto cultural/histórico en el que han crecido. Cada cultura otorga a cada objeto un conjunto de significados simbólicos por su sistema de creencias, por ello incluso necesidades básicas pueden satisfacerse de diversas maneras.

“En sociedades opulentas, el abanico de necesidades y deseos humanos trasciende con mucho el ámbito de lo que puede considerarse básico y se abre a necesidades simbólicas conectadas con creencias sociales y motivaciones psicológicas.”³

Más que productos los consumidores compran una marca, esto, ha determinado que la publicidad de bienes o servicios se reconozca como una venta de estilos de vida, experiencia y mitos.

El consumo se ha convertido en una actividad del deseo más que de la satisfacción de una necesidad primaria, la materialización de estos deseos es el

² Rodríguez Díaz Susana, “Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens”, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, archivo electrónico, <http://www.redalyc.org/pdf/181/18126057019.pdf> consultado el 24/Agosto/2017 a las 12:21 p.m.

³ Rodríguez Díaz Susana, Ibidem.

deseo latente de encontrar algo que falta y lleva en sí la idea de que lo novedoso es valioso.

Por ello, se establece una línea que una la obtención de un concepto de consumo basado en la prestación social y de significación de un objeto, pues, si se hablará de un objeto o la satisfacción de una necesidad poco significaría si el artículo en mención tuviera una marca reconocida o no.

“El consumo, entonces, poco tiene que ver con el goce personal, sino que es, sobre todo, una institución social coactiva que determina comportamientos sociales. Detrás del discurso funcional, los objetos siguen desempeñando su papel de discriminantes sociales.”⁴

Sí bien es cierto que en algunos casos el ingreso permite consumir en mayor o menor forma, también es verdad que con la nueva modalidad a “crédito” los individuos pueden aumentar su consumo, aunque, no aumente su ingreso, de esta manera ilustrando lo anterior dicho sobre la búsqueda de una nueva identidad a través del consumo.

“Los hombres están dispuestos, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso”⁵

⁴ Rodríguez Díaz Susana, Ibidem.

⁵ Keynes John Maynard “Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero”; Fondo de cultura económica, 1992, Buenos Aires, pp. 93.

Para Mike Featherstone –sociólogo británico- en *“Cultura de consumo y posmodernismo”*, el consumo representa un parte aguas en las relaciones sociales y, también, un buen instrumento para establecer parámetros de *status* sociales.

Para él ya mencionado autor los tipos de bienes se distinguen en: durables y no durables. En la primera categoría se encuentran todos los bienes duraderos como electrodomésticos, aparatos electrónicos de alta tecnología, que tienen la característica principal de ser cambiados cada que estos cumplan con su tiempo de vida.

En la categoría de bienes no duraderos se encuentran bienes de consumo tales como alimentos y bebidas que en ocasiones tienen más bien una vida simbólica, muchas veces derivada de un proceso artesanal de creación como los vinos o licores.

*“Es en este sentido como podemos hablar del aspecto doblemente simbólico de los bienes en las sociedades occidentales contemporáneas el simbolismo no se manifiesta sólo con el diseño y en la imagería de los procesos de producción y comercialización; las asociaciones simbólicas de los bienes pueden utilizarse y renegociarse a fin de subrayar diferencias en el estilo de vida que distinguen relaciones sociales.”*⁶

⁶ Featherstone Mike, *“Cultura de consumo y posmodernismo”*, Amorrortu editores, Argentina, 1991, pp 43.

La finalidad de la compra, en algunos casos, tiene el objetivo de ganar prestigio gracias a un alto valor de cambio, como autos, relojes, motocicletas; entre otros. La situación opuesta en la que los artículos pierden su status de valor de cambio, otorgándoseles un valor más emocional como las herencias o regalos; comienzan a ser inapreciables y por su aptitud representan relaciones personales intensas.

El consumo secular.

La secularización hace referencia a una “mundanización” esto, como resultado de la desobediencia a una doctrina o a una postura religiosa sobre la cual se basaban los credos de ciertos grupos o en general una comunidad específica.

En los tiempos modernos, la pérdida del terreno sacro, movido por la transformación de la sociedad por los movimientos naturales de la misma, el desarrollo de la política y de la cultura, ha motivado una lejanía de la iglesia acercándose al mundo del materialismo y de la adquisición de bienes, como si de una nueva postura religiosa se tratará, lo anterior debido a la pérdida de fé y de confianza en lo sagrado.

Ante estos panoramas el mercado se constituye como el órgano sacro central de sociedades post-modernas, que, siguiendo leyes capitalistas de orden internacional implementarán ritos de compra, símbolos y representantes a nivel mundial para conducir a miles de entusiastas a adquirir la más reciente novedad del mercado.

El consumo secular actúa a través de la búsqueda constante por satisfacer necesidades y deseos (consumo, consumismo) pero sobre todo con la calidad que habrá de subir la expectativa del propio individuo frente al grupo social al que pertenece.

“No es fantasía afirmar que la esencia del secularismo está en la búsqueda constante y creciente del hombre por mejorar las condiciones materiales, hoy, antes y para siempre, y al contraste con un interés menor cada día por los asuntos espirituales y la vida más allá de la muerte.”⁷

Todo consumo secular se une con la adquisición de bienes para sustituir la falta de seguridad en sí mismo, y la entrega de la personalidad a las mercancías, mismas que han llegado a adoptar un lugar casi religioso, pues no dotan solamente de status y distinción, sino también de autoestima y pertenencia.

Consumo cultural.

García Canclini define el consumo cultural como:

“La producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación y reestructuración del sentido.”⁸

⁷ Duque Gómez Ernesto, “Marketing, una evidencia cultural”, ECOE ediciones, Colombia, 2008, pp. 255.

⁸ García Canclini Néstor, “Consumidores y ciudadanos”, Editorial Grijalbo, 1ª Edición, México, 1995. ¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

Así bien, el consumo también se remonta cultural, o en búsqueda de la intelectualidad a través de formas o medios de expresión como la música, el teatro, cine, libros, revistas así como; en la actualidad el uso se ha potencializado el uso de servicios de *streaming* para ver series o películas por internet.

Clases de Consumo.

*“Doyglas e Isherwood, las clases de consumo se definen en relación con el consumo de tres series de bienes: una serie de artículos corrientes correspondientes al sector de la producción primaria (por ejemplo, alimentos); una serie tecnológica que corresponde al sector de la producción secundaria (viajes y equipamiento de capital del consumidor), y una serie de información, que corresponde a la producción terciaria (bienes de información, educación, artes y actividades culturales y de ocio”.*⁹

En lo particular, es importante hacer la diferencia entre *consumo* y *consumismo* debido a un correcto uso de los términos para que el lector no confunda términos.

Por consumismo se comprende un consumo desmedido y la obtención de una total felicidad a través de un producto, sin que el ser en cuestión o individuo tenga un razonamiento previo del porque está adquiriendo dicho bien o servicio.

Respecto a este punto Joan Prat hace mención en su texto, *“Consumo luego existo, poder, mercado y publicidad”* que:

⁹ Featherstone Mike, ibídem, pp. 50.

“Aquel contexto cultural y psicológico en el que sus miembros tienen como una de sus fuentes básicas de gratificación metafísica (identidad, sentimientos, emociones, etcétera), la obtenida a través del consumo imaginario o real de marcas inyectadas en mercancías. Consumo imaginario en tanto que éste es de mercancías marcadas. El consumismo presupone que todas las dimensiones del ser humano (trascendentes, convivenciales, comunitarias y afectivas) y sus necesidades son saciables en y por las mercancías. Mercancías dotadas de todo tipo de poderes mágicos y de un “alma o espíritu”¹⁰

Es de esperarse que el consumismo haga referencia a un estado del ser en el que se adquieren mercancías para vivificar un personaje no existente en la identidad del consumidor.

Otra de las grandes características del consumo se evidencia por la necesidad, que es el principal factor a través del cual se logra establecer mercancías en el mercado; la necesidad es una gran venta de promesas, placer y felicidad, a través de mensajes persuasivos.

Sin embargo, la presión social y en medios de comunicación es tan fuerte que si no se cumplen estas promesas el consumidor mantiene un “golpeteo” inconsciente en el que se reclama consumir ese servicio o mercancía para mantener su status y una tranquilidad mental.

¹⁰ Torres i Prat Joan, *“Consumo luego existo, poder, mercado y publicidad”*. Editorial Icaria, Barcelona, pp. 97.

Las necesidades varían de forma histórica; es decir, dependiendo de las diferentes épocas sociales e históricas, se han ido adaptando al medio y al avance de la sociedad nuevos estándares ideológicos para establecer ciertos parámetros y usar ciertos objetos para “x” o “y” actividad.

No existe un prototipo de necesidades, la mayoría de las ocasiones las necesidades se entienden mejor como la causa y función de las mismas, casi siempre orientadas hacia el ciclo capital de una mercancía. Más adelante se verán algunas de las principales necesidades o necesidades básicas, se relacionan con la salud, el vestido, alimentación, educación, etc.

“Es absolutamente cierto, que los requerimientos cotidianos del hombre feudal, por dar un ejemplo, eran muy diferentes a los actuales e igualmente pudieron vivir, pero eso no significa que hoy deba prescindirse de los avances que posibilitan el desarrollo científico y tecnológico. El retorno al hombre salvaje ó a la naturaleza, expresiones que surgen por rechazo al uso alienante actual de las mercancías, no es más que una utopía ahistórica.”¹¹

Jerarquía de Necesidades de Maslow.

Abraham Maslow, fue un psicólogo estadounidense cuyas aportaciones destacan dentro de la clasificación de necesidades de los seres humanos. Para Maslow en *“Motivación y personalidad”*¹², las necesidades orientan y suscitan diferentes acciones que mueven a los personajes en una escala o jerarquía de eventos que

¹¹ Ibídem, pp. 94.”

¹² Maslow H. Abraham, *“Motivación y personalidad”*, Ed. Días de Santos, Madrid, 1991.

¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

habrán de ceder en la superación de cada uno de los integrantes de la sociedad.

Dichas necesidades son fundamentales para el cumplimiento cíclico de la vida biológica, social entre otros.

Necesidades fisiológicas.

Son el primer escalón en la pirámide de necesidades, dentro de este concepto se engloban todas aquellas acciones, decisiones o satisfacciones que el ser humano debe conseguir para mantener su cuerpo en *homeostasis* o en perfecto estado de salud.

Necesidades de seguridad.

Estas necesidades van de la mano con el orden que las personas buscan dentro de su vida, tener estabilidad en amplios aspectos personales, sin sentir que sus necesidades fisiológicas o su *homeostasia* corren peligro.

Necesidades sociales o de pertenencia.

Con estas necesidades viene la necesidad de sentirse perteneciente a un lazo que más allá de ser sanguíneo, también se tenga una vida social, un grupo de amigos al cual pertenecer, incluso una relación amorosa. Este orden se encuentra sujeto a la satisfacción de necesidades de seguridad y fisiológicas.

Necesidades de estima.

Los miembros de la sociedad tienen la necesidad de valorarse de forma alta ante

sí mismos; autoestima, respeto de otros y estima de otros personajes dentro de la sociedad.

Estas necesidades, pueden ser divididas en dos, como se explicó anteriormente, en el amor propio y el amor de terceras personas hacía el individuo; este último visto como reputación, éxito social, fama y gloria.

Las necesidades de autoestima dependen claramente de las necesidades de seguridad, pertenencia y fisiología, pues si no se tienen cumplidas las pasadas, las necesidades de estima no se podrán satisfacer.

Necesidades de autorrealización.

Dichas necesidades se entretajan con el potencial intelectual y social del individuo, es aquí donde surgen los oficios, profesiones, que las personas quieran llevar a cabo por toda su vida para seguir cumpliendo con las demás necesidades.

Deseos.

Dentro de este punto también se debe mencionar la importancia de los deseos, mismos que representan una condición necesaria pero no suficiente para comprar; tal y como dice John, O' Shaugnessy¹³.

Existen diferentes tipos de deseos; los principales son latentes, pasivos y excluyentes.

¹³ O'Shaugnessy John, "¿Por qué compra la gente?", Ed. Díaz de Santos, Madrid, 1989.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

Deseos Latentes.

No basta con tener en consciencia un producto, se debe de tener la certeza del potencial de cierto producto y lo que se puede obtener del uso de esta adquisición. Los deseos latentes son despertados por la falta de información sobre un producto o servicio.

Deseos Pasivos.

La mayoría de las compras representan varios aspectos: atractivos y disuasivos. Por atractivos se habla de aquellos elementos que llaman la atención de los consumidores que buscan tener un artículo y saben las cualidades y capacidades del mismo. Mientras tanto los factores disuasivos representan las características que alejan al consumidor como podría ser el precio mismo que representa la inaccesibilidad al producto.

Es aquí donde el deseo se torna pasivo, pues a pesar de conocer el producto, saber sus bondades y potenciales, no sé puede adquirir o tener un acercamiento por falta del dinero para adquirirlo.

Deseos descartados.

Son aquellos deseos en los cuales se tiene la certeza de poder comprar o adquirir los productos incluyendo el uso y los potenciales de este, sin embargo, no son adquiridos por cuestiones legales, morales o éticas e incluso religiosas. También se presentan en estos casos algunas personas que sufren de la incapacidad para operar un producto.

“No obstante, el conjunto de deseos de un consumidor no es una colección aleatoria, sino un sistema coordinado de deseos que representa una especificación de la buena vida. Para que los consumidores deseen determinado producto, deben creer que el producto tiene un papel en la consecución de la buena vida y que ese producto es coherente con su estilo de vida, y sus sistemas de valores y creencias.”¹⁴

Segmentación.

Es una parte importantísima de la publicidad, pues está no puede generar los mismos mensajes publicitarios para todo el grueso de la población, así que se deben segmentar y asignar cláusulas especiales, lenguaje especial e incluso signos y símbolos especiales para cada grupo.

Segmentación se define como el proceso de dividir un mercado en diferentes subconjuntos de consumidores que tienen necesidades comunes y seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de mercadotecnia definitiva.

Para Philip Kotler¹⁵ la segmentación de un mercado consiste en dividirlo en partes más pequeñas con distintas necesidades, características o diferencias que podrían ser objeto de diversas estrategias de productos o marketing para lograr establecer la compra del producto o el servicio. Así bien, un segmento de

¹⁴ O'Shaugnessy John, "¿Por qué compra la gente?", Ed. Díaz de Santos, Madrid, 1989, pp. 5.

¹⁵ Kotler Philip, Armstrong Gary, "Marketing", Pearson Educación, México 2012.

¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

mercado corresponde a un grupo de consumidores que responde a un conjunto específico de actividades de *mkt*.

La segmentación según este autor, puede tener diversos factores, que funcionan como características homogéneas de un segmento para reconocerlo frente otro.

- **Segmentación conductual:** responde a la división de un mercado con base en conocimiento, actitudes, el uso o la respuesta de consumidores frente a un producto determinado.
- **Segmentación demográfica:** Aquí se divide el mercado en relación con factores demográficos, como edad, vida familiar, estado civil, ocupación, religión, entre otros.
- **Segmentación entre mercados:** formación de grupos de consumidores con necesidades y comportamientos similares, pero que se encuentran en diferentes países.
- **Segmentación geográfica:** esta segmentación parte de las divisiones políticas de determinada zona o plano mundial, como naciones, estados, municipios o barrios.
- **Segmentación por beneficios:** en este tipo de división se busca estandarizar el uso o beneficios obtenidos por un producto, o lo que buscan en el producto y homogeneizarlos en un segmento.
- **Segmentación por edad y por etapa del ciclo de vida.**
- **Segmentación por género:** se divide el mercado dependiendo del género de los consumidores.
- **Segmentación por ocasión:** en este tipo de segmentación se reúne al

segmento de mercado dependiendo del momento o el uso específico que le van a dar al artículo adquirido.

- **Segmentación psicográfica:** dividir un mercado con base en su clase social, estilo de vida o personalidad.

Patrones de consumo o estandarización del consumo.

Para Julio Mafud, los individuos son inconscientes de que forman parte de un complejo sistema de estandarización en el cual se encuentran inmersas las decisiones de compra que han de elegir para beneficiar al sistema y para seguir con la ideología aspiracional que buscan constantemente.

“A su tiempo los consumidores, tarde o temprano, son ajustados por los sistemas publicitarios; éstos le irán creando pautas de conducta o comportamientos adecuados a las nuevas situaciones consumidoras, a la vez que compatibles, circunstancialmente, con las existentes. Estas necesidades psicosociológicas se van perfeccionando y multiplicando gradual ó repentinamente. Hasta que logran excluir las pautas se incorporan inconsciente ó conscientemente al sujeto consumidor. Las coordinaciones entre las necesidades o pautas deben ser bastante estrechas o interrelacionadas. Cuando así no ocurre, la publicidad, como auténtica concepción del mundo, las organiza y las integra.”¹⁶

De forma inteligente la publicidad trata de acomodar a los consumidores entre los perfiles; mismos que representan diferentes características que han de seguir y

¹⁶ Ibídem, pp. 98.

que han de ser una imagen de las aspiraciones de dichos segmentos, así como el lenguaje utilizado, las necesidades que deben satisfacer para seguir perteneciendo a su círculo o status social.

Capítulo 2. Tribu Urbana, planteamiento, definición y elementos característicos.

Vistos muchas veces como inadaptados sociales, la sociedad suele arremeter en contra de estos grupos de una manera peyorativa, buscando englobar: violencia, abuso de sustancias adictivas e incluso crimen con el objeto de desprestigiar estos grupos y las personas que lo forman.

Estos grupos, muchas veces incomprensidos, han adoptado formas diferentes de vivir y llevar su vida, pues en el cúmulo de experiencias que han tenido, su carácter e ideales se han visto obligados a ser diferentes a el resto de la población.

Actualmente la sociedad mexicana obedece a una cultura generalizada hacia ciertas crisis de un estado que refleja más la inseguridad y el narcotráfico que la intelectualidad o la libre expresión a través de alternativas culturales como la música, el teatro o la danza.

Dentro de todo este conjunto de problemas y crisis sociales, surge desde el fondo una corriente de jóvenes que buscan re-estructurar y seguir patrones de actitud diferentes a lo establecido. Estos integrantes de la sociedad suman características, rasgos y una forma especial de organizarse en torno a las actividades económicas que han de realizar para sobrevivir y sobre todo aquellas actividades en las que fomentarán y fortalecerán su cultura.

El inicio de una Contracultura.

Después de esta breve introducción se hablará de uno de los puntos más importantes en esta tesis: el nacimiento de una contracultura.

Según el diccionario de la Real Academia Española, contracultura se define como:

“1. f. Movimiento social surgido en los Estados Unidos de América en la década de 1960, especialmente entre los jóvenes, que rechaza los valores sociales y modos de vida establecidos.

2. f. Conjunto de valores que caracterizan a este movimiento y, por ext., a otras actitudes de oposición al sistema de vida vigente.”¹⁷

Estos jóvenes buscan constantemente una visión diferente a la rutina social y mantenerse en contra cultura, o en una posición de diferencia ante estos parámetros de actitudes en la sociedad.

Estas organizaciones sociales no son nada nuevo y corresponden a un sistema natural en el que los seres humanos buscan la asociación (por instinto o tradición cultural) en: manadas, grupos, pandillas, bandas teniendo según José Manuel Pérez Tornero¹⁸ las siguientes características:

¹⁷ Diccionario de la Real Academia española, versión en línea.

<http://lema.rae.es/drae/?val=contracultura> consultado el 13/Abril/2015 a las 17:30 p.m.

¹⁸ Véase Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia, Paidós, Barcelona. 1997.

¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

-
- * Tienden a potenciar los sentimientos asociativos del individuo, que gracias a esto se siente dentro de una unidad de orden superior.
 - * Defienden muchos de sus intereses en común y desarrollan lazos amistosos con base en valores específicos.
 - * Comparten experiencias y rituales que sólo ellos comprenden y consolidan el sentido de pertenencia a ese grupo.

Considerando las observaciones del Dr. Gilberto Giménez Montiel, la cultura es una telaraña de significados, es decir, es *“la organización social de significados, interiorizados de modo relativamente estable por los sujetos en forma de esquemas o de representaciones compartidas, y objetivados en forma simbólica, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”*.¹⁹

La cultura varía de un territorio o espacio geográfico, pues es gracias a las diferentes inclemencias del clima, flora y fauna y un sinnúmero de condiciones que se forja un sistema de actitudes, actividades y formas de vivir alrededor de estas condiciones.

No sólo comprende una época histórica establecida y podría variar dependiendo del cambio y el avance tecnológico. En cambio, algunas modas y eventos no trascendentales podrían no formar parte de la cultura, sino sólo ser eso, un rasgo pasajero de un grupo o comunidad específica.

¹⁹ Giménez Gilberto, La concepción simbólica de la cultura. México: Instituto de investigaciones sociales de la UNAM, <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf> , consultado el 8/abril/2015 a las 18:21.

Esto último sólo puede explicar por una parte la definición de cultura en general como un ente que busca siempre establecer y homogeneizar un comportamiento, creencias y un sistema de tradiciones a nivel macro en determinado territorio geográfico.

La cultura podría dividirse en dos importantes aspectos que es lo que importa en esta investigación:

- * La cultura objetivada: esta forma cultural es la más común pues se encuentra muy bien representada en tradiciones, costumbres, música, formas de vestir regional o tradicional, gastronomía, mitos, prácticas rituales entre otros.
- * La cultura interiorizada: si bien la cultura se pensaba que no podía ser personal, es cierto que se relaciona con la forma de actuar y sobresalir en sociedad. Es el principio de identidad; concepto que analizaremos posteriormente.

¿Qué es identidad?

Identidad, en pleno siglo XXI es un término que representa un profundo análisis por parte de científicos sociales y filósofos que se han encontrado con un sinnúmero de detonadores en cambios de conducta, tradiciones, costumbres y sobre todo la manera en que vemos ciertos pueblos de una forma externa.

Identificar significa distinguir de un conjunto de rasgos uno sólo, en tiempo y espacio, discernible o diferente a los demás. Esto es la identidad; la particularidad de un pueblo magnificada y la diferencia que tiene con otros pueblos, de tal forma

que los seres ven esa particularidad como un rasgo indescriptible e inherente a otro sitio más que del pueblo ya hablado.

Los papeles que se atribuyen otros pueblos al ver las particularidades representa la imagen que los miembros originarios se han de formar en su cabeza cual si fuera una máscara, para crearse una imagen ficticia de sí mismos. Sin embargo en la identidad pueblerina o de un todo se habla de la forma en la que distintos sujetos se perciben de forma intersubjetiva dentro de la región; es decir a través de los rasgos que comparten.

En este nuevo siglo la globalización lleva y trae consigo una constante dominación a países sub-desarrollados, la imposición de nuevas tradiciones y estándares lleva implícita un cambio en la conciencia y en la identidad de los pueblos creando una imagen desvalorizada de lo que se concebía como propio y provocando frustración colectiva al no saber cual es la identidad que conviene tener en el cambio de tradiciones, costumbres y demás.

En algunos casos surge un repudio hacía el cambio y la tecnología ó modernidad; surgen ideas que integran y le dan un fuerte poder a la tradicionalidad como forma de repeler el cambio, pero como comunidad ha sido conveniente establecer parámetros en cuanto a la tradición y la modernidad haciendo una identidad mestiza frente a lo que constantemente gira.

Esta forma de ver el cambio logra evitar un cambio en la historia del pueblo y permite no olvidar las tradiciones del mismo; sin embargo la identidad de la gente ya no es la misma representada ahora por la unión de las nuevas culturas.

Un sujeto de sociedad puede tener diferentes identidades colectivas que corresponden a sus diferentes colectividades; integradas por diversos pueblos. Una identidad auténtica suele criticarse como auténtica si cumple con ciertas características que tienen que ver con la historia, inclinaciones, deseos y comportamientos. Esta autenticidad esta ligada con las inclinaciones, deseos, comportamientos responden a las intenciones, creencias, valoraciones y anhelos.

Ante estos panoramas entre la globalización y la identidad surgen paradigmas con los que se acentúa, el cambio de perspectiva en diferentes posiciones de lo que denominamos historia, así como tradiciones y costumbres que con el tiempo se pierden justificando la globalidad, libre mercado y culturas extranjeras.

También, según Gilberto Giménez la identidad forma parte de cada ser humano y es un elemento sustancial para el desarrollo de un individuo dentro de una sociedad, pues, a su vez es el rasgo más común para distinguir a otros sujetos y para mantener a una persona autónoma frente a la multitud.

Como habría de esperarse, la identidad está compuesta por dos grandes aristas que nos ayudan a entender de diferente manera la vida que ha de llevarse: por un

lado, existen con **atributos de pertenencia social** y por otro lado están los **atributos particularizantes**.

* **Atributos de pertenencia social:** son aquellos que hacen hincapié en una estandarización, una coacción con una identidad social, pertenencia a una nacionalidad, lenguaje, género, costumbres, tradiciones entre otras. Es decir, estos atributos siguen proclamando un lazo primitivo que se arraiga a la cultura originaria de un territorio.

* **Atributos particularizantes:** la importancia de éstos radica en que los individuos pueden diferenciarse objetivamente; pues es aquí en donde son diferentes a otra persona en cuanto a cómo se ven y cómo logran ser vistos. Los rasgos que caracterizan estos atributos son:

- Caracterológicos: imagen personal; hábitos, actitudes ante diferentes situaciones.
- Estilos de vida: patrones de consumo, ideología propia.
- Red de relaciones íntimas: amigos, familiares, parientes, etcétera.
- Apego a objetos materiales.
- Historia de vida: enfoca una gran importancia, pues como resultado de las acciones en el pasado, en el presente sé es un ente con tales o cuales características, así como el referente emocional, conductivo e intelectual por el cual se decide mover la vida personal.

Cabe destacar que para definir correctamente la identidad y los atributos particularizantes de un individuo se tiene que delimitar el espacio geográfico en donde esté ha de desarrollarse y los diferentes niveles que de forma piramidal llegan a el punto álgido de este apego a un territorio; la comunidad.

Territorio, estado, país y nacionalismo.

Frente a los cambios en el eje que realinea y plantea un nuevo poder mundial, surge la interrogante y reflexión por parte de algunos pensadores políticos, que se basa, principalmente en los cambios que ha habido desde la formación de los primeros estados nación, apareciendo después de la formación de las primeras tribus, pueblos, estados para llegar a los países independientes pero unidos a través de un Rey ó jefe que daba unidad a toda la zona.

Estos territorios se mantenían unidos gracias a la comunidad de cultura, conciencia de pertenencia, un proyecto en común y la relación con el territorio, mismo que daba ciertos comportamientos y costumbres.

Una forma de vida, en este caso representa acciones, reglas y tradiciones que los integrantes cumplen con base en la disposición geográfica, recursos naturales, vivienda, vestido, creencia; conceptos que son parte de la cultura y que respectan a una nación en concreto. Es decir *una nación es un ámbito cultural compartido por un número no establecido de personas.*

Sin importar los rasgos físicos y sanguíneos, la cultura abarca a todo el conglomerado de individuos que gusten de pertenecer a una zona específica – aunque en la actualidad la cultura esta en decadencia pues ha sido reemplazada por la explosión de racismo y diferenciación por rasgos físicos, conseguidos y apoyados por las redes sociales- y a un cúmulo de sentimientos y grupos que hablen de la pertenencia identitaria a una zona.

La nación a su vez es un cúmulo de objetivos alcanzables en comunidad para hacer frente a las variaciones de la vida misma, y sufragar las adversidades como la nación y el apoyo de similares para no dejar venir abajo el orgullo nacional. Éste orgullo por lo nacional, se instaura por el pasado; la historia del lugar, las costumbres, tradiciones y hechos que les dieron la peculiaridad con la cual resaltan ante otros grupos o naciones.

La pertenencia a un Estado y a una nación, son cosas totalmente diferentes. La nación por su parte otorga a sus integrantes identidad cultural y grupal, mientras que el Estado es un arma de sumisión a un sistema normativo en post de los grupos minoritarios que manejan y mueven las naciones para su beneficio personal sea: económico, social ó de status; bien ocultado en una pseudo imagen de seguridad y orden jerárquico.

De la nación se ha desarrollado el término “etnia” mismo que es aplicado para referirse a un conjunto de individuos que no sólo comparten caracteres culturales

si no también hacen uso de una lengua hablada y escrita particulares y diferentes a otros para comunicarse entre sí mismos.

Un pueblo se ubica en este contexto como el territorio en el cual la comunidad unida por la conciencia y la voluntad, actúa por un porvenir común. Por dicha definición de nación y de pueblo, se buscó la necesidad de crear un órgano encargado de organizar y proveer de servicios básicos al pueblo, el nombre de ese organismo es: Estado.

La nación no es concebida ya, apartada del Estado, ni un Estado totalmente separado de la nación; así mismo la sociedad no es vista como un sitio/asociación cultura disociada entre sí, al contrario es tomada como una suma de individuos que necesitan ser iguales ante el Estado para tener las mismas oportunidades y beneficios.

Para este fin la sociedad necesita estar homogeneizada, convergiendo todos los pueblos en uno solo a través de la cultura, lenguaje e incluso tradiciones. A través de esta definición de Estado, surge la definición de ideología, mismo que hace referencia a un conjunto de creencias que tiene como prioridad afianzar su poder político.

El nacionalismo es el principio político que mantiene la unidad nacional con la política, el Estado-nación es soberano y es una unidad colectiva que realiza valores superiores comunes a todos sus miembros.

Toda nacionalidad tiene derecho a pertenecer a un territorio, espacio, cultura y tradiciones. Sin embargo, el nacionalismo como principio político establece fronteras y diferencias con otras naciones buscando, en algunos casos, tener diferencias que puedan llevar a causar conflictos para expandir su territorio.

Este concepto eleva el sentimiento de pertenencia del individuo a la nación. Desafortunadamente, el nacionalismo es sobrellevado por seres que únicamente buscan crecer sus bolsillos a través de la explotación de recursos del pueblo.

Con ideas sobre-puestas poco a poco se ha comenzado a crear un nacionalismo mestizo, que sobrepone los intereses de las clases altas ó nuevas clases a lo que inicialmente buscaba el pueblo.

Es importante analizar estos conceptos pues de ellos los grupos urbanos, se forman en torno a su posición sociodemográfica, distribución urbanística y su desarrollo histórico se crean características específicas en cada tribu urbana.²⁰

El territorio se define como un espacio geográfico establecido donde los seres humanos pueden asegurar su reproducción fisiológica, sexual, cultural y simbólica. Así bien, este concepto suele extenderse en diferentes escalas; dentro de las cuales se encuentran²¹:

²⁰ Véase Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia, Ibidem.

²¹ Véase: Giménez Gilberto, "La cultura como Identidad y la identidad como cultura" México: Instituto de investigaciones sociales de la UNAM, sic.conaculta.gob.mx/documentos/834.doc consultado el 8/abril/2015 a las 18:21.

-
- Local: casa, barrio, colonia, municipio, Ciudad.
 - Regional: tiene características principales como un espacio social identitario que también se delimita de forma organizativa, cultural y política. El área regional debe ser un campo simbólico donde los habitantes encuentren algunos de sus valores esenciales y se identifiquen con sus iguales.
 - Estado-nación: se define a nivel político y jurídico principalmente, es el área sobre la que el Estado ejerce competencia exclusiva. En esta escala, la dimensión simbólico-cultural juega un papel importante ya que el territorio nacional se concibe como un territorio-signo, ligado a la comunidad nacional.
 - Supranacional: territorios plurinacionales o mundiales, como la Unión Europea.

Concepto de Comunidad.

El concepto de comunidad es trascendental, pues engloba las características que se habrán de comprobar para seguir describiendo a la “tribu” *straight edge*.

Los aspectos estructurales se relacionan con las condiciones geográficas del sitio en donde surgieron como el lugar que ocupan o las leyes que siguen para administrar un orden legal. Así mismo dentro de estos aspectos la principal característica es que una comunidad puede ser tan grande como la coordinación y cooperación entre sus individuos.

Los aspectos funcionales se relacionan con los intereses y necesidades objetivas que se tengan en común con los demás integrantes de la comunidad. La Dr. Mercedes Causse Cathcart nos hace una breve y temprana definición de lo que es una comunidad definiéndola así:

“El concepto de comunidad puede referirse a un sistema de relaciones psicosociales, a un agrupamiento humano, al espacio geográfico, ó al uso de la lengua según determinados patrones o hábitos culturales”²²

La comunidad se encuentra compuesta por los siguientes elementos:

Proceso cultural: es un fenómeno dinámico que parte de la cultura para generar un sistema de socialización entre individuos, que comparten todo un sistema de símbolos para seguir el ciclo de reproducción social.

Códigos: son elementos que comparten un significado especial para agilizar y dinamizar el proceso de comunicación entre dos individuos que hacen uso de un sistema referencial y significantes para expresar ideas.

Símbolos: hace referencia a un espacio geográfico, festividad, persona o actividad que puede unificar en sí mismo uno o más sentimientos colectivos.

²² Causse Cathcart Mercedes, *“El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultural y lingüístico”*, Universidad de Oriente, Departamento de Letras, Facultad de Humanidades, Santiago de Cuba, Cuba, 2009, archivo electrónico
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002> consultado el 19/mayo/2015.

Imaginarios: son elementos de la subjetividad colectiva que emanan anhelos y/o frustraciones asociadas a valoraciones y reglas dentro de la comunidad aceptadas o rechazadas y que se expresan a través de ideas o actitudes.

Si bien las tribus urbanas surgen como una forma de contracultura, Theodore Roszak plantea algunas hipótesis de lo que ocurre en la sociedad para que estos grupos se posicionen en contra de los actuales estereotipos y busquen constantemente replantear su autonomía frente a la uniformidad del mundo en el que viven.

En este mismo sentido, Theodore Roszak habla de una *tecnocracia* definida como la etapa en que una sociedad alcanza su ideal para convertirse en la promesa de la innovación tecnológica, cultural y social, todo esto con el fin de afrontar los problemas que pudieran surgir a cualquier nivel. Sin embargo, cabe destacar que la tecnocracia es un estado hipotético en el cual las personas “comunes” no pueden acercarse a resolver un problema o complicación y todo debe de recurrirse a expertos en materias específicas.

Todo esto deja el futuro de los obreros, trabajadores y técnicos fuera de las decisiones que habrán de tomarse para llevar la vida política y nación a un futuro prolífico para toda la sociedad. También, se habla sobre quienes han de tomar esas decisiones y que en algunos casos estas, son replanteadas por los mismos adultos.

“Los jóvenes son parte de una manifestación de izquierda institucionalizada donde estos se consideran parte de una clase obrera contra la opresión de la burguesía (que significan en la mayoría de los casos sus propios padres). En busca de sus objetivos se crean alianzas con personas que los apoyen solo para no materializar y quedar solos en su lucha”²³

Los jóvenes como opositores a una tecnocracia, mantienen una ideología de izquierda en la cual como se ha observado en los últimos años, se manifiesta en contra de la tecnocracia buscando la repartición igualitaria de la sociedad y todo lo que esta produce.

Si bien es cierto que algunos rasgos nos apropián y nos hacen sentir dentro de un determinado territorio o espacio geográfico, también es cierto que en algunas ocasiones ciertos grupos hacen uso de patrones de actitudes y han sido cómplices de un pasado similar (bajo las mismas condiciones socioeconómicas) se organizan para formular las bases que han de soportar su pelea contra aquello que los mantiene insatisfechos.

Definiendo a la contracultura.

Como menciona Tania Arce Cortés en su artículo *“Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogenización o diferenciación?”* el estudio

²³ Roszak Theodore, El nacimiento de una contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil, Primera Edición, 1970, Editorial Kairós, pp. 17.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

de las zonas residenciales de algunas de las “pandillas” o bandas tiene mucho que ver con la forma en la que éstas se han de organizar para crear una sociedad para ellos mismos en donde se cumplan sus necesidades y no existan diferencias raciales, socioeconómicas, etcétera.

También la autora habla de una postura marxista al denotar que la subcultura es una forma desprendida de la oposición entre los jóvenes en la posguerra y sobre todo una lógica de mercado que estos desarrollan, justificando su rechazo con la carencia de las ganancias obtenidas después de cumplido el ciclo del capital, es decir estos se oponían a una sociedad burguesa en la cual los bienes generados eran concentrados por los dueños de los medios de producción y no así por los obreros.²⁴

Otra corriente de pensamiento fue aportada por Dick Hebdige quien en su texto *Subcultura: el significado del estilo*, invita a reflexionar acerca de las objeciones y contradicciones de las que está formada una subcultura y como estas se expresan a través de un estilo que demarca un signo totalmente diferente a lo acostumbrado en la sociedad.

“Lo que se expresa en la subcultura son precisamente las objeciones y contradicciones del tipo descrito por Lefebvre. Con todo, el desafío a la hegemonía representado por las subculturas no emana directamente de ellas: en

²⁴ Véase Arce Cortés Tania, “*Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogeneización ó diferenciación*”, Universidad Iberoamericana, México, D.F. archivo electrónico, www.redalyc.org/articulo.oa?id=26911765013

*realidad se expresa sesgadamente en el estilo. Las objeciones y contradicciones quedan planteadas y exhibidas (y, como veremos, mágicamente resueltas») en el nivel profundamente superficial de las apariencias: esto es, en el nivel de los signos.*²⁵

Para este autor las subculturas son entendidas, así como un grupo de personas que manifiestan sus contradicciones en la cultura, vistiendo, actuando, hablando y totalmente viviendo fuera de la norma social establecida.

Una de las principales contribuciones de este autor se relaciona con la definición de estilo, pues para él, representa la lucha por un signo que produzca diferencia de los demás y es justamente por esto, por lo que pelea una subcultura, por diferenciarse del resto y manifestar su descontento hacía una forma superior de cultura o de control a través del estilo y de la identidad que en grupo se adopta para llevar así su forma de vida.

La contracultura, es el “como” de la subcultura, es la propuesta que se tiene para hacer frente al sistema dominante, y es usada así por jóvenes de algunas tribus urbanas para proponer cambios al sistema en turno y tratar de cambiarlo. José Agustín, define a la contracultura como una serie de movimientos y expresiones grupales que encausan hacía enfrentar una cultura que no los deja satisfechos de una u otra forma.

²⁵ Hebdige Dick, *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2002, pp. 33.

“En la actualidad, el término contracultura es utilizado para hacer referencia a aquellas acciones o actividades que tratan de salir de los estándares. Bajo esta lógica, diferentes grupos de jóvenes lo utilizan para hacer hincapié en la diferencia y en la propuesta de nuevas visiones y perspectivas.”²⁶

Ahora, es momento de hacer referencia a las culturas juveniles, que también es un concepto que debe analizarse por sus características y su contenido reflexivo para este estudio.

Si bien ya se habló de la cultura como un enmarañado de significados y formas de comportarse, vivir y relacionarse con el resto de la sociedad, la cultura juvenil se define según Carlos Feixa como un espacio en donde los jóvenes crean, comparten y representan una determinada forma de comportarse dependiendo de su antepasado como seres sociales y su código de referencia, todo esto con el objetivo de anteponerse a la autoridad y en cierta manera salir de una homogeneización.

Estos estudios como explica Arce Cortés, surgen de una observación constante a los diferentes grupos que integran una sociedad con el fin de observar las formas de comportamiento en dos aspectos diferentes: el primer aspecto implica estudios con análisis intergrupales y grupos específicos, a través de diversos análisis de asociaciones identitarias y la segunda, contextual-relacional, implica estudiar los elementos políticos, económicos, culturales y sociales con la memoria

²⁶ Arce Cortés Tania, *Ibidem*, pp. 8.

histórica de estos grupos, todo con el fin de tener un estudio que cubra sus características y haga entender el *porqué* de la separación de la cultura y crear sus propios lugares y costumbres.

En su libro *“el Tiempo de las Tribus”* Michel Maffesolli habla de unidades que buscan alrededor del “nomadismo” la oportunidad de sentirse dentro de un grupo con el que comparten los rasgos de la cultura juvenil que el individuo ha desarrollado a través de los años, buscando siempre formar parte de un círculo como parte de saciar su tribalismo.

Sin embargo, como el mismo autor lo dice: el nomadismo crea la capacidad de moverse independientemente por tiempos de un lugar a otro, buscando la forma de actuar dependiendo de la innovación temporal y espacial.

Definiendo el término “Tribu urbana”

El término *“tribu”* proviene del latín *tribus*. También, son así llamados los grupos sociales *primitivos* de un mismo origen, real o supuesto, cuyos miembros practican usos y costumbres en común.²⁷

El texto ***“Tribus Urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia”***²⁸, cuenta con una extensa

²⁷ Véase Diccionario de la Real Academia española, versión en línea.

<http://lema.rae.es/drae/?val=contracultura> consultado el 23/Mayo/2015 a las 19:30 p.m.

²⁸ Véase Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibidem*.

explicación que busca asentar las bases para comprender a la “*Tribu urbana*” y lo que esta implica.

En un primer acercamiento a este concepto, se presentó, una primera hipótesis en la que los autores, pronostican las bases de las tribus urbanas: básicamente proponen una serie de conductas que se rigen y son resultado de la globalización que transgrede algunas de las fronteras culturales de regiones específicas provocando una anomia en sujetos que buscan replantear su identidad a través de nuevas conductas y apariencias, que benefician la forma en la que perciben su exterior y su interior.

También se habla de un “cobijo emocional”, que busca sentirse dentro de un grupo de personas que se acepten y manejen un repertorio de interés parecido. Como una forma de manifestarse en contra del caos urbano y el aislamiento individualista.

De forma consciente y de mismo conocimiento del entorno en el que los jóvenes se mueven y manejan su vida, suelen tener la necesidad de construir un *estatus relacional* que sea positivo para la significación propia y la búsqueda de una apariencia, ropa, modos y modas. En este sentido las tribus proporcionan manuales no escritos para determinar su sentido y dirección.

Así también, la transgresión de otras culturas ha augurado y seguido la desaparición de las fronteras simbólicas propias de un territorio determinado para dar paso a una adopción de las nuevas enseñanzas que este mundo Neoliberal ha de llevar a cada rincón del planeta. Si bien es cierto que en cualquier comunidad Primitiva y Sociedad Pre-industrial todo lo que fuera externo a un espacio geográfico determinado era considerado como *enemigo*, actualmente los países deben abrir sus fronteras sin ninguna restricción ante la penetración de un factor externo.

Después de entrado un producto cultural *enemigo* a una zona totalmente nueva, el individuo, genera una especie de catarsis en la que; conjugado el valor simbólico y de uso que se le da a estos nuevos productos; lo propio, regional o hasta cultural le parece al individuo un ente olvidado, ajeno e incluso estos espacios comienzan a convertirse en algo abstracto, neutral y hasta homogéneo. *“Los individuos son cada vez menos de un lugar o un espacio concretos. En cierta manera, como la economía y la cultura, se han globalizado”*²⁹

Esta pérdida de identidad desarrolla en ciertos personajes a tener un vacío psicológico y emocional, vacío, que provoca la formación de nuevas barreras dentro de la misma sociedad recurriendo en muchos casos a tener una heterogeneidad dentro de la homogeneidad, es decir, cerrando círculos dentro de una misma sociedad buscando una identidad perdida o la generación de una nueva identidad de acuerdo con un interés en particular.

²⁹ Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibidem*. Pp. 29.

En este sentido, dentro de la retrospectiva que se adopta para contrastar el *enemigo* de algunas sociedades primitivas, la lucha que se tenía contra los factores externos “que amenazaban la tranquilidad y estabilidad de una Sociedad” se dan dentro de la sociedad misma, volviéndose así una lucha simbólica y estructural.

Ahora, los conflictos entre diferentes *fronteras interiores* se dan por las diferencias entre unas y otras, promovidas por los medios de comunicación y la globalización, de tal forma que se busca implantar un estilo o *identidad* como la principal.

“La construcción del individualismo moderno es, por tanto, el esfuerzo de reducción y simplificación de la complejidad de una sociedad cada vez más grande y más difícil: una receta psicológica para poder atravesar con éxito los nuevos y grandes espacios que genera el avance de las comunicaciones: un sistema, también, para asegurar la programación cultural de los sujetos cuando éstos se hallan deslocalizados (o sea, fuera de su “locus”³⁰) o con uno que no pueden sentir como propio porque las circunstancias lo han hecho extraño.”³¹

Así, como surge el individualismo, también se deben explicar los tipos de individualismo que distinguen los autores de *“Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia”* plantean diferentes tipos de individualismo, comenzando con un

³⁰ Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio en su libro *“Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia”*, definen al locus como el espacio propio y cercano que se ve invadido por mercancías y productos culturales externos.

³¹ *Ibidem*. Pp. 31.

individualismo *utilitario* concebido así como una sociedad pequeña para su uso particular en la que entran personas con un lazo afectivo y emocional fuerte como familia y amigos.

También, existe un individualismo-aislante *de segunda modernidad* en el que los grandes espacios urbanísticos representan una soledad vacía en el que se pierde la oportunidad de generar una relación social o un contacto social gratificante.

Este tipo de aislamiento es físico y mental; como un factor extra se añade el avance tecnológico que propicia un daño innato a la comunicación en sociedad. Esto, produce que muchos jóvenes vivan en una profunda agonía y frustración por la falta de un impulso grupal.

Esta carencia de comunicación grupal, provoca una profunda necesidad de información, vacío que puede llenarse con tele-adicción, adicción al internet o alguna compulsiva obsesión hacia el trabajo.

Hasta este punto resulta de interés comenzar a realizar conjeturas acerca del surgimiento de lo tribal, como respuesta a la fragilidad de la cohesión en la sociedad actual.

La nueva configuración mundial ha cubierto a grandes o pequeñas sociedades que gracias a estos nuevos estamentos deben sustituir principios y mecanismos de organización.

Unos de los rasgos principales de la formación de estos nuevos grupos son:

- * Que suelen atribuir a su existencia una mayor tensión que la habitual y por lo tanto se genera una gran pasión hacía sus ideales.
- * Buscan provocar polémica en el sistema social y en sus representaciones públicas de la identidad, saliendo así de la cotidianidad y buscando diferenciarse dentro de la homogeneidad.
- * Afirmación del yo, en sí mismos y con el grupo al que pertenecen.
- * Defensa de valores y territorios que para el grupo tenga un fuerte significado.

Dentro de toda la evolución que respecta la asimilación de un modelo Global de actuación las Tribus urbanas se comportan tranquilamente dentro de valores estables y duraderos.

“A las tantísimas y cambiantes máscaras personales y profesionales que la sociedad avanzada ofrece, prefieren la adopción de una máscara fija, auténtica, prototípica y codificable, mediante el cual se pueden ejercer acciones y actitudes abiertamente disconformes con el mercado establecido oficialmente de lo Bello, lo Bueno y lo Cierto... aunque, a la postre, sea luego inevitable que incluso ese “anti-mercado” anhelado por el joven dé lugar, de nuevo, a un pujante y activo mercado.”³²

Uno de los conceptos clave para dar a entender a una tribu urbana es *anomia*; este concepto se relaciona con la ausencia de reglas, normas o leyes. Así mismo este concepto sociológico tiene su aparición en periodos de cambios históricos,

³² Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibidem*. Pp. 35
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

pues es en estos tiempos en los que la sociedad en general no confía en los nuevos valores y existe una caducidad con los viejos, la mayoría de las personas prefieren evadir y dar rienda suelta a la desobediencia social.

Así bien -por ejemplo-, en la actualidad la globalización plantea la adquisición continúa de nuevos *gadgets* para que la sociedad cada vez “se encuentre más conectada”, sin embargo, ante este panorama una parte de la población se ve en contra de estas iniciativas de Mercado y se encuentra totalmente en contra de seguirlas, aunque, por un lado; el mismo contexto en el que se desarrollan, los orilla a cambiar de opinión y seguir con la ideología de innovación.

Las publicidades y los medios de comunicación exaltan el valor de uso de algunos productos que justamente han sido estratégicamente lanzados para formar parte de un narcisismo que pone al usuario en la punta de la sociedad, diferenciándolo del resto. También, ante este panorama existen grupos que se manifiestan en contra de este hiperindividualismo.

Los jóvenes que hacen menos uso de su capacidad asociativa y un gran uso de su pasión rebelde ante una cultura y estado con la que no se sienten identificados a raíz de esto, los jóvenes buscan establecer una ideología clara ante el consumismo y la exaltación individual, siguiendo los valores de un grupo con el que se identifiquen en esta forma de pensar.

Aunado al consumismo, el nuevo sistema económico requiere cada vez de jóvenes que adquieran rápidamente los conocimientos relevantes y necesarios para el mismo régimen capital; así bien se necesita de una sociedad que viva aceleradamente para afrontar rápidamente los cambios que deben ejercerse.

Una de las mejores conclusiones obtenidas del libro *“Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia”* se refiere a las características de una tribu urbana o las organizaciones tribales de la actualidad:

* **Comunidad emocional:**

En una tribu urbana la misma “pequeña sociedad” representa en sí misma un cúmulo de emociones, actitudes, actividades que unen a un grupo de personas con un fuerte apego a una pasión desenfrenada por uno o más valores. Así también han generado moda, lenguaje, y artefactos que los distinguen y los hacen sentirse parte de la comunidad. Es aquí donde se apoyan y hacen uso de su sociabilidad para mantener relaciones amistosas con personas parecidas a ellos.

* **Energía Subterránea:**

De cara a la sociedad del consumo que busca hacer homogéneo las prácticas y la compra de productos, estas tribus buscan la enérgica reprobación a estos actos a través de la autogestión y la organización de un sinfín de actividades que sigan coadyuvando a la formación del grupo y extendiendo de alguna manera su ideología.

* **Sociabilidad Dispersa:**

Dentro de la gran masa que sigue al régimen y busca seguir los estatutos de una sociedad estereotipada por solo algunas personas que informan a través de los medios y generan una opinión pública que mantenga satisfechos sólo a algunos cuantos integrantes de la sociedad; como vimos anteriormente una de las principales características es que los jóvenes de las tribus sociales, suelen tener un sentido abierto sobre la forma en la que la sociedad funciona, los riesgos, los problemas y viven en carne propia lo que significa pertenecer a una clase en donde las carencias son *el pan de cada día*.

Esto los orilla a moverse a la clandestinidad y obtener solo la información que ellos necesitan y les funciona, lo demás para ellos no tiene ninguna importancia más que aquella que podría coadyuvar a mantener su pie de lucha contra la sociedad, de tal forma que *la sociabilidad* tribal resulta una clara empatía con las ideas de su grupo y en completa indiferencia.

* **Fisicidad de la experiencia.**

La globalidad provoca una aceleración en la forma en la que vivimos nuestra vida, de tal forma que gracias a esta se han generado espacios que tienen el objeto de mantener al ser humano en contacto con otro ser, aunque en algunas ocasiones se produzca como una forma de catarsis para salir de la cotidianeidad y el aislamiento de la urbe, también es cierto que se han construido y mantenido espacios con un toque específico de ideología de ciertos grupos, con intereses específicos, música, ambientación y decorado acorde.

Capítulo 3. ¿Qué es el punk?

“Basta que un chico o una chica se levante y diga “al Diablo” y todos dicen “la voz de una generación”, de repente “al diablo” ¿tiene un ritmo? Como John Lennon siempre dijo di lo que quieres decir y dilo sinceramente, ponle un ritmo. Listo”³³

“Uno hace algo totalmente nuevo y no importa nada si es algo comercial o no... y eso es punk”³⁴

“Punk es este rock rebelde hecho para jóvenes y para todos y no un montón de ancianos haciendo música para tus padres”³⁵

“Es básicamente de la clase obrera, no tiene que ver con la bazofia artística de la clase media, el punk surgió como una manifestación de algo que no había, no tenemos trabajo y por eso hablamos sobre ello”³⁶

Si se busca aterrizar al *hardcore straight edge* como una tribu urbana desprendida desde un estilo musical surgido a finales de los años 70 se debe tener en cuenta un movimiento anterior a éste, pues como la historia dicta, anteriormente hubo

³³ Letts Don, 2005, *“Punk Attitude”*, Estados Unidos, Capitol Entertainment, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdly58>

³⁴ Ibidem.

³⁵ Dynner Susan, Director: Dynner Susan, 2007, *“Punk’s not dead”*, Estados Unidos, Vision Films, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=H-NA085L1do> Minuto: 1:00

³⁶ Ibidem.

comportamientos y ciertas razones para que este el objeto de estudio haya aparecido.

Como primer punto se hablará de uno de los antepasados y padres del hardcore punk: el punk. Esta es una de las subculturas más interesantes e importantes de los últimos años, aproximaciones indican que este fenómeno surge alrededor de la década de los años 70 en Estados Unidos como una continuación a la transformación del rock de *hippies* en rock más rápido y *crudo* en donde se evolucionaban ideas y se recurría hasta a la violencia para obtener respuestas ante las exigencias de los jóvenes.

Los hippies representaron el nexo entre la rabia de las injusticias en el mundo y la actitud ante ello de una forma rebelde, agresiva a través de una guitarra y una lírica que cuestionará todo lo que las clases altas y los dueños del poder hacían sobre la sociedad estadounidense de aquellos años.

*“Los hippies eran tan punk como cualquiera. Todos estaban contra Vietnam y ellos hacían sus cosas para pelear contra el sistema”*³⁷

Se establece en algunos archivos documentales como *“Punk Attitude”*³⁸ la existencia de grupos musicales como *Velvet Underground* o *MC5* que escribían canciones de contracultura y poseían el coraje de expresarse en contra de lo que ocurría en Estados Unidos y en todo el mundo. Comenzaba a gestarse un cambio

³⁷ Letts Don, 2005, *“Punk Attitude”*, Estados Unidos, Capitol Entertainment, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdlY58>

³⁸ Ibidem.

en la forma de ver las cosas y una nueva forma de tener una catarsis ante los problemas sociales: la música, el baile, las drogas alucinógenas, la libertad y la sexualidad.

A pesar de tener un estilo totalmente diferente, ritmo, letras e incluso hasta un baile diferente, se tiene que hablar del rock&roll como padre directo del punk rock, y principal forma de manifestación de la ideología punk.

En el documental Punk Attitude, se habla de una locura desprendida desde la aparición de bandas o cantantes de Rythim & blues que vendrían a transformar el contexto social de esos años, convirtiendo a la sociedad en una bomba que comenzaba a despertar a través de la innovación musical y el llamado a cambiar los gustos y actitudes de esas épocas.

La evolución social y las características nacientes dieron la pauta para que las cosas evolucionarán y tuvieran diferentes puntos de vista que, si bien no marcaban una diferencia totalmente tangible a las exigencias de sus generaciones pasadas, los hippies comenzaron a manifestarse cada vez más contra los viejos estándares que aún les parecían anticuados y demasiado conservadores para su situación.

Después de esta época y al final de la Guerra en Vietnam se empezaron a ver nuevos grupos que buscaban alinearse con algunas tendencias estéticas y artistas como Andy Warhol, quien buscaba establecer una diferencia en la manera

de ver las cosas y mantener el pop art en la cima. De una u otra forma comenzó a haber un despertar en contra del consumismo, la era dorada y los antiguos valores expresándose en bandas como *Iggy pop & the stooges*, *Velvet Underground* y *MC5*.



La banda considerada el final del movimiento hippie y el inicio del movimiento punk. MC5.³⁹

En general estos jóvenes buscaban copiar lo que grandes bandas que no tenían oposición contra el sistema como *The Beatles* ó *The Rolling Stones* hacían, pero sin ser profesionales, simplemente tratando de tocar y expresar sus ideales.

De entre todo este cúmulo de bandas, Velvet Underground establecería una pauta para comenzar a establecer ideologías y pensamientos a través de la música, pues se hacía alusión a influencias literarias, sadomasoquismo y drogas, cosas

³⁹ Imagen encontrada en: <https://ichef.bbci.co.uk/images/ic/960x540/p01bqsp2.jpg>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

que ante el resto de la sociedad estaba mal visto, innovando y cambiando una vez más la forma de pensamiento que se tenía.

En el otro lado del mundo, se comenzaba a tener un descontento por parte de otros jóvenes que se identificaban con la situación mundial y comenzaron a marcar su territorio e ideología evolucionando tal vez bajo los estándares costumbristas muy arraigados que se tenían en una sociedad tan conservadora como la inglesa.

El clima social y político comenzó a manifestarse en aquellos lugares de forma más inusual diseñando y usando prendas que eran totalmente diferentes a lo acostumbrado, haciendo uso de alfileres, desgarrres, pantalones

Aunado a esta nueva apariencia y forma de rebelión en Inglaterra se crearía una tienda de ropa llamada Sex, en este sitio se vendía ropa estrafalaria, desgarrada, colorida, artículos de piel que en muchas ocasiones hacían alusión a juguetes sexuales, aretes, y un sinfín de productos que rompían esquemas y se salían de la *cotidianeidad* Londinense.



"inicios del punk londinense." ⁴⁰

En este sentido, el creador de dicha tienda Malcolm McLaren tuvo la idea de crear un grupo musical que marcará su tendencia y la ideología que buscaban dar a conocer a través de esta protesta a través de su vestimenta y actitud. Es así como surge de la mano de Malcolm McLaren, un asiduo cliente de la boutique: Jhon Lydon, Glen Matlock, Steve Jones y Paul Cook, serían integrantes de una de las bandas que marcaron tendencia mundial a través de sus líricas desafinadas y ruidosas. Nacen los Sex Pistols.

⁴⁰ Imagen encontrada en: <http://www.cvltnation.com/wp-content/uploads/2015/10/17-portada.jpg>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?



*"Sex Pistols"*⁴¹

El punk rock fue muy recibido en Londres por un gran grupo de jóvenes con pobreza, de la clase proletaria que no se encontraban conformes con lo que el gobierno decía acerca de este estrato social. Toda la realidad social que vivían los llevaba a desatar su furia y su coraje con la sociedad, que no sólo abarcaba su situación económica, también la situación escolar, religiosa, instituciones; falta de ayuda y falta de servicios de calidad.

Esta situación de descontento llevo a toda una generación a practicar conductas y actividades autodestructivas que eran aceptadas como un tabú en la sociedad de la mano de esta música los jóvenes implicados comenzaron a consumir drogas y se convirtió en la generación que amaba la heroína y los fármacos que provocaban adicción.

⁴¹ Imagen obtenida de internet.

Algo rescatable entre todo este panorama de grupos ingleses fue el surgimiento de The Clash, banda que cambiaría el curso de la historia del punk y del punk rock, pues estableció una relación en la que se decía lo que estaba mal pero también cuestionaban a los receptores para saber que hacían para mejorar la situación; y sobre todo establecían una clara postura sobre lo que ellos hacían para cambiar el panorama.

Aunque se hable de una politización de la banda en cuanto a que recurrieran a ciertas ideologías políticas lo cierto es que tomaron responsabilidad de lo que hacían y lo que decían. También, tenían conciencia del poder de su música y los medios de comunicación que buscaban tener siempre de que hablar acerca del fenómeno del momento.

En el texto de Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *“Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia”* encontramos una excelente cita textual que enmarca perfectamente lo que el punk significaría para las actuales tribus urbanas y su trascendencia: *“En vez de love and peace, duda agresiva. En vez de mega-grupos sinfónicos, bandas de ruidosos aficionados. En vez de exóticos kaftanes, inverosímiles chupas de cuero. En vez de “Era de del Acuario”. El propio término, punk, nos revela el horizonte social y estético de esta impactante subcultura, ya que significa literalmente “hombre pobre”, “bobo”, “de mala calidad”. Su estética ha influido prácticamente en todas las subculturas sucesivas,*

y su influencia es siempre notable, como demuestra la aún reciente estética grunge, o los movimientos neopunkies de ultimísima generación”.⁴²

Después de leer este acercamiento teórico a el punk, situaremos ese caso en especial con el texto *“La contracultura en México”*, de José Agustín donde también hace un hincapié en los cimientos de esta tribu y su importancia para la contracultura en México.⁴³

Al termino de los años 70, se percibía un ambiente de desinterés en la mayoría de los espacios entre la sociedad, existía una desconfianza constante de los ciudadanos hacía sus gobernantes y hacía la situación mundial, se estableció la apertura de mercados, la desigualdad social crecía mientras algunos importantes políticos hablaban de una igualdad en oportunidades.

En México, especialmente algunos jóvenes seguían levantando el estandarte hippie, sin embargo, las nuevas generaciones ya no creían en la paz y en la igualdad, sabían que vivían en la oscuridad de la modernidad.

Los punks comenzaron con un pie en el desprecio por toda sensación humana, por el amor (que consideraban uno de los sentimientos más bajos) y gozaban del odio, de las imágenes de violencia que eran primordialmente adquiridas de grupos nazis e incluso comenzaron a usar algunas prendas que denotaban abiertamente la violencia.

⁴² Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibidem*. Pp. 116.

⁴³ Véase, José Agustín, *“La Contracultura en México”*, versión electrónica, <https://es.scribd.com/doc/33986509/La-Contracultura-en-Mexico> , consultado el 16/junio/2015.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

“En su mejor expresión, el punk rock, representa no sólo un enérgico ataque estético a las tendencias dominantes dentro de la música popular, si no también una protesta de las clases trabajadoras contra el paro de los jóvenes, la pobreza, la censura del gobierno, el autoritarismo, el racismo, el fascismo, la industria del disco, el star-system y la tradicional relación entre artista y audiencia. En su peor expresión, el punk es una manifestación de la desesperación y la decadencia cultural que representa el nihilismo, el sexismo, la glorificación de la violencia y del imaginario fascista, el sadomasoquismo y la incompetencia musical.”⁴⁴

Estos jóvenes punks no se sintieron identificados con algún tipo de música ya existente en el mercado cultural, crearon su propio contenido a través de la inspiración de artistas como Iggy Pop, David Bowie, Lou Reed entre otros; cuyas líricas inspiraron el nihilismo con el que los punk comenzaron una revolución musical. El punk se establece como una oda de expresiones que tienen muy poca de estética.

Básicamente el punk comienza como una forma de catarsis hacia lo que fuera el cúmulo de represión contra un sistema corrupto e imparcial.

“Un eclecticismo total, abocado constantemente a la búsqueda de lo feo y de lo sucio que, sin embargo, para los punks no implica una negación social de lo bello, sino un artificio puramente estético... Por ello el punk es no de los pocos

⁴⁴ Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibídem*. Pp. 79.

movimientos que puede integrar una completa polarización entre sus filas, desde el nazi radical hasta el extremista de izquierdas”⁴⁵

“El punk es algo filosófico sobre como se observa las cosas”

“El arte y la innovación entre personas que piensa diferente harán una gran diferencia”⁴⁶

⁴⁵ Costa Pere-Oriol, Pérez Tornero José Manuel y Tropea Fabio, *Ibídem*. Pp. 69.

⁴⁶ Letts Don, 2005, *“Punk Attitude”*, Estados Unidos, Capitol Entertainment, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdly58> el 3/enero/2018.

El punk en México: “No hay futuro.”



“Museo del Punk Mexicano.”⁴⁷

Desde los años 80 y mitad de los 70 comenzaron a aparecerse en México los primeros indicios del punk. Eran jóvenes de clase baja, que habitaban los lugares menos propicios e insalubres de la capital del país; los que comenzaron a tener sueños de rebeldía en los que se levantaban contra los propios paradigmas y estereotipos creados por el gobierno de las oportunidades y la mejoría positiva en todos los niveles de la sociedad.

En algunos de estos lugares como Ciudad Nezahualcóyotl, muchos jóvenes despertaban de su realidad y se levantaban día a día buscando un lugar para

⁴⁷ Imagen obtenida de: H.G Eduardo, nota periodística “museo del punk mexicano”, <http://www.yaonic.com/museo-del-punk-mexicano/>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

trabajar, para hacerse ver por el resto de la sociedad que mantenía sus ojos bien puestos en la nueva década y en las promesas de un gobierno corrupto.

Definido como *“las mierdas, lo más bajo eso es el punk, nosotros no venimos de abajo, pero nos mantenemos atacando...”*⁴⁸, se define asimismo un grupo de jóvenes que se dedican a limpiar parabrisas para sobrevivir en la gran urbe, que, a falta de estudios y preparación no pudieran seguir con sus estudios y obtener un mejor trabajo.

De nuevo podemos encontrarnos con los principios que movieron el inicio de este movimiento en la ciudad de Inglaterra: una sociedad fragmentada en donde las clases sociales altas terminaban por reprimir a las mayoristas clases inferiores.

Es importante destacar que dentro de la primera escena punk Mexicana se tenían diferentes concepciones de lo que realmente significaba ser punk, para algunos representaba la dualidad de clase, lo más bajo pero se consideraban el estándar de las personas que buscaban llevar la paz a diversas partes del territorio capitalino.

Se presentaban como personas totalmente sociables que necesitaban tener un porvenir para su familia incluso buscando mantener a gran parte de ella, pero por otra parte gustaban de manifestar su descontento y tristeza por pertenecer a el rezago social consumiendo alcohol, tabaco y algunas otras drogas.

⁴⁸ Ver: Productor: Gentile Andrea, Director: Gentile Andrea, 1988, *“La neta no hay futuro...”*, México, Centro de Capacitación Cinematográfica. Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=s5J80EZa4gs> el 3/enero/2018
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado? 57

Años después de las primeras apariciones del punk en México comenzaron a manifestarse los primeros grupos organizados que mantenían vigente la ideología y por supuesto, buscaban tener un impacto certero en la sociedad que amplificara el descontento social y claro, se buscará una acción en contra del gobierno represor.

Dentro de esta forma de pensamiento comenzaron a gestarse grupos de ideología anarquista que comenzaban a perfilarse como un motivo para resistir la desigualdad social que existe en México desde esos años. Ante este panorama la curiosidad acerca de muchos jóvenes a saber que se sabía del marxismo, anarquismo y se comenzó a gestar una unión entorno al anarquismo movido por la idea de: *“No tener una autoridad, vivir por uno mismo y tener una vida digna”*⁴⁹

Alimentando la idea de que se habían heredado las ideas anarquistas de los años 68, a las nuevas generaciones los jóvenes punks en México comenzaron a unirse en *“colectivos”* que representaban ciertas partes en las que sabían había grandes problemas y necesitaban unirse para mantener una acción constante contra estos males que aquejan a la sociedad.

Ante este panorama los jóvenes se refieren a esta acción como *“una escena”* que esta definida por ellos mismos como *“el grupo de gente que es afín en algo, ó*

⁴⁹ Ver: Jesús Martín, 1994, *“La escena punk en México, una alternativa libertaria”*, México, Sin Medios Producciones. Minuto: 14:40 Consultado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ECzRkNWjxSo>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado? 58

*podría ser las personas que tiene, gatos mutuos afines con los de otra persona. Gente con la que te juntas y es afín a tus pensamientos y gustos”.*⁵⁰

El punk en México se comenzó a comprender como un arma de buen filo que lucharía contra la autoridad, sin embargo, por la poca difusión que se ha tenido, por los paradigmas que maneja y alguna que otra mala leyenda sobre estas personas no se ha logrado transformar en un movimiento que constantemente refleje cambios benéficos para la sociedad, más bien sigue el camino de ser una escena que simplemente no se mueve, no prospera, no genera cambios.

Entre todos estos grupos que comenzaron a operar como “pequeños laboratorios clandestinos, que buscaban curar el cáncer de la sociedad: el estado”, también iniciaron a haber disputas entre ellos por saber quienes y de que forma se unirían contra diferentes ámbitos, como el abuso de autoridad, la protección animal, la marginación, la discriminación y algunos de estos grupos cometieron el gran error de querer resolver todas las situaciones involucrándose de más y no obtener ningún resultado.

Ante la elección del anarquismo como forma principal de ideología y de acción en contra del gobierno se comenzó a tener un debate ante lo que debería seguirse, las formas en las que debía intentarse llegar a la sociedad y mantenerlos informados de lo que ocurría y las ideas que estos “colectivos” planteaban para rescatar ó contribuir a la sociedad.

⁵⁰ Ibídem, minuto: 16:00.

Se buscó expandir la idea del anarquismo y el punk a través de revistas DIY (Do It Yourself) o “fanzines” encargados de distribuir las ideas en lugares de culto ó reunión de punks y otras subculturas en la capital del país como “El Chopo” ó el mercado de la Lagunilla, a través de estos medios los diferentes colectivos buscaban ganar más adeptos y posteriormente hubiera un mayor peso buscando un beneficio en común.

Esta forma de llegar y ganar nuevos adeptos se vio abandonada después de que en algunos colectivos no se obtenían las ganancias concretas ni siquiera para poder producir más papeles y se tuviera abandonada la idea de seguir publicando, no se tenía una seriedad ni una idea de lo que tenía que hacer; ante este nuevo sitio algunos grupos abandonaron la idea de tratar de seguir apoyando y haciendo crecer esta forma de difusión.

La visión que tenía una sociedad totalmente educada y con diferentes valores a los que trataban de representar estos pequeños grupos de personas que pensaban que todo estaba mal y debía buscarse un cambio social contrastaban y jamás se ha podido dejar ver que realmente las ideas son poco seguidas y comprendidas por el grueso de la población.

A través de esta premisa y el abuso por parte de las autoridades represoras se plantea la idea de “Como te ven te tratan” y comienzan a separarse los grupos a hacerse más duros y cerrados en cuanto a sus ideas, incluso llegar a la agresión en marchas y “acción directa” en contra de lo que ellos consideran equivocado.

Hardcore punk.

Cuando los años 70 terminaron el movimiento punk-rock, comenzaba a desaparecer de la forma como se conoció, algunas de las bandas pioneras comenzaron a separarse y empezaron a surgir personas que sí bien estaban cerca de lo que el punk rock en sus inicios marcó, establecían una forma muy diferente de lo que la música en esencia fue, teniendo muchos cambios; incluso la comercialización de un sinnúmero de grupos y un cambio radical en la contundencia de los mensajes, integrando obras literarias ó filosóficas a muchas de las canciones.

“Los únicos que seguían tocando punk rock eran los que realmente querían estar ahí y hubo una gran ruptura, lo que significa que el punk se volvió más Underground y más intenso, más purista y más hardcore”





51

El punk hardcore comenzó a tener allegados principalmente entre los jóvenes que seguían buscando emoción, pues la nueva oleada “punk” era muy diferente a lo que el movimiento comenzó a ser y se necesitaba tener la certeza de que se estaba teniendo un acercamiento al verdadero punk.

“Pasaron del punk a la new wave, a las cosas artísticas y no nos importaba nada de eso sólo queríamos violencia pura” ⁵²

Después de que comenzó a gestarse el movimiento punk hardcore, empezaron cada vez a tenerse más bandas y al querer que este movimiento fuera totalmente

⁵¹ Black flag, banda pionera de hardcore punk. dando un concierto en Tucson Arizona, Arnaud Ed, 1982-1984. <http://www.dummymag.com/photos/ed-arnaud-80-s-punk-photos>

⁵² Ibidem.

Underground se buscó establecer las bases en las cuales se sostuviera y formará la escena hardcore.

Una de las principales características de este nuevo *hijo* del punk se refiere a la violencia como factor determinante, en todo sentido de la música, si bien esta no tenía ya tintes políticos extremos como se caracterizaba anteriormente, ahora se planteaba la violencia como principal método de movimiento y fuerza de esta nueva corriente.

Al comenzar a ver el gran peligro que se tenía en algunos recintos al dejar que estas bandas hardcore se presentarán e hicieran destrozos se empezaron a perder oportunidades para tocar y llevar a cabo shows que permitieran a nuevas bandas darse a conocer. Los principales seguidores *hardcore* tenían serios problemas con adicciones hacía el alcohol, la droga del momento “*el speed*” y algunos personajes dentro de este mundo comenzaron a buscar métodos para seguir dentro del hardcore sin tener que llegar a ese punto en el cual se tenía un gran acercamiento a las drogas y a la autodestrucción de las adicciones... Surge el hardcore straight edge.

Hardcore straight edge.



Minor threat, la banda que comenzó el movimiento hardcore straight edge, en el mundo con su canción más famosa y radical: "straight edge"

"Pero hubo cambios, eran grupos como minor threat, que surgían y decían que había un elemento correcto, que consideraban sin alcohol, sin cigarrillos, sin sexo"

"La contracultura de la contracultura"⁵³

"Straight edge está en todos lados en cada pueblo pequeño, está en todas partes. Yo pienso que el straight edge es una reacción al percibir este mundo fuera de control. Entonces asumió una posición contra la cultura impuesta. Que empuja al consumo de drogas y alcohol"⁵⁴

⁵³ Letts Don, 2005, "Punk Attitude", Estados Unidos, Capitol Entertainment, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdly58> Minuto: 1:11:06 3/enero/2018

⁵⁴ Shradrack Smith David, 2008, "Inside Straight Edge", National Geographic. Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=bcOMxtwnl8M> 3/enero/2018.

¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

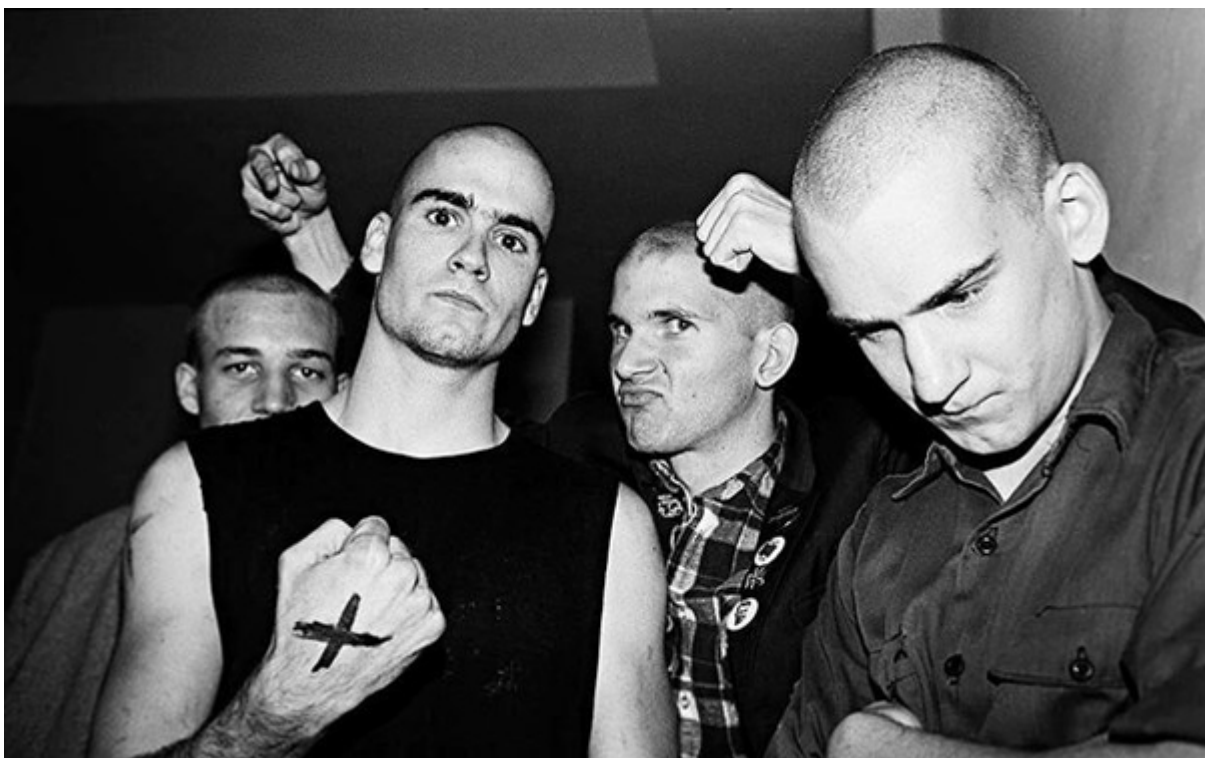
“Para estar dentro lo único que tienes que hacer es mantenerte limpio de por vida”

Reconocido como un movimiento en el que se buscaba marcar un margen recto entre lo que debía hacerse y lo que no, el *straight edge* representa históricamente el esfuerzo de algunos personajes por mantener la escena hardcore en acción, pues derivado de la violencia que se desprendía de este nuevo estilo musical que acompañado de un consumo a veces desmedido de drogas y alcohol; muchos de los lugares en donde se permitía hacer estos eventos comenzaron a cerrar las puertas y a negar la oportunidad de presentarse.

“Los chicos vivían por la música, que ironía, que la música por la que vivían no se podía escuchar porque no eran adultos, así que nos comprometimos con el hecho de que estos locales se abrieran para los jóvenes, así que le decíamos a los dueños: -No vamos a tomar, nos pondremos estas X grandes en las manos, si nos ven tomando con la X en la mano, échennos del club”⁵⁵

Muchos críticos hablan del inicio del *straight edge* derivado de la famosa canción del mismo título de la banda “Minor Threat”, sin embargo, aquella canción sólo demostraba un punto de vista; una forma de pensar que contrastaba con la generación hardcore que buscaba simplemente autodestrucción y violencia acompañando a la música agresiva.

⁵⁵ Comentarista: Mckeye Ian, Director: Dynner Susan, Director: Dynner Susan, 2007, “Punk’s not dead”, Estados Unidos, Vision Films, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=H-NA085L1do> Minuto: 11:29 el 3/enero/2018.



“2 de las personalidades que cambiaron el rumbo del hardcore punk a nivel mundial, del lado derecho Ian Mckeye, del lado izquierdo –con una “x” en la mano- Henry Rollins.”⁵⁶

El hardcore gano como principales pupilos a hombres y mujeres apegados a este estilo de vida y automáticamente empezaron a existir más grupos que adquirirían este mensaje de un movimiento hardcore adecuado en el que no se consumieran drogas y alcohol.

En algunos casos surgieron grupos que, manteniendo la ideología y practicándola constantemente buscaban dar el ejemplo a las nuevas generaciones y a la sociedad en general para adoptar el cambio y observar los beneficios que tenía en sí el straight edge, pues no sólo se trata de un cambio y vivir sin alcohol, drogas y sexo promiscuo, se trata de toda una estructura y un apoyo constante

⁵⁶ Imagen obtenida de: http://www.dontpaniconline.com/media/magazine/body/2013-04-12/images/STRAIGHTEDGEASFUCK.jpg_630x555_q85.jpg

¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

por parte de otros individuos que también participan y se reúnen constantemente para hablar sobre sus problemas y ayudarse entre sí mismos.

A este grupo se les conoce según el video documental *“Inside straight edge”*⁵⁷ como “posi” llamados así porque el apoyo que dan es positivo hacia la persona que lo requiere y porque buscan demostrar con el ejemplo y no como una obligación.

La positividad es un elemento muy importante dentro de la tribu urbana y para todos los que siguen esta ideología, pues, arraigado también a otra gran banda de hardcore se acuñó y se buscó añadir al straight edge las siglas PMA (Positive Mental Attitude) en las cuales se hace un frente a los problemas anteponiendo las actitudes positivas y maduras de jóvenes lúcidos que pueden resolver un problema por la vía pacífica y socialmente correcta.

Algunos jóvenes straight edge, comenzaron a tener una visión más dura de lo que acontecía en las calles de Boston, y se empeñaron en hacer del straight edge un movimiento “pandilleril” en donde se movían a través de la violencia golpeando jóvenes en estado de ebriedad, robando narco-menudistas y entregándolos a la policía después de golpearlos. También, estaban en contra de cualquier tipo de adicción que se viera en las calles y tomaban la fuerza propia para hacer mostrar su ideología.

⁵⁷ Shradrack Smith David, 2008, *“Inside Straight Edge”*, National Geographic. Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=bcOMxtwnl8M> el 3/enero/2018.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

Por estas razones en Estados Unidos se les ha comenzado a considerar como pandillas y se les ficha como asociaciones criminales peligrosas. Incluso por usar cualquier tipo de tatuaje, camisa o señal alusiva al straight edge se asigna un oficial al individuo en cuestión.

A estos nuevos grupos se les conoció como militantes o *“hardline”* y comenzaron a reconocerse por sus acciones extremas para dejar bien clara su forma de pensar incluso sin temer a la muerte y sin miedo de provocar grandes lesiones a quien fuera en contra de su ideología.

Otro de los grandes grupos que han surgido junto con el straight edge es el grupo Vegan straight edge, quienes, además de no consumir alcohol o drogas tampoco consumen carne, pollo o derivados lácteos. La dieta vegana se sigue con la intención de no dañarte a ti mismo o a alguna vida inocente.

Símbolos hardcore straight edge.



*Foto de la portada del single de la banda de hardcore punk “teen idles” donde se muestran las “x” que solían usar en las manos para diferenciarse de los demás asistentes en un concierto del género musical.*⁵⁸

El símbolo más importante para la comunidad straight edge, es la “X” misma que representa el inicio del movimiento: cuando se marcaba a los menores de edad o “hardcore kids” en eventos del género musical, para que no se les vendiera alcohol.

La “X” se convirtió en un símbolo de apoyo hacia estos jóvenes por parte de personas que también deseaban formar parte de ese movimiento aún sin ser menores de edad. En conjunto con la canción “straight edge” significan el inicio de lo que no parecía ser un movimiento que movería fronteras y sería la contracultura de la contracultura que representaría e iniciaría el punk.

⁵⁸ Imagen obtenida de: Fernández Iago, “Sexismo, violencia, contratos millonarios y otras cosas que no sabías del hardcore de Washington”, consultado en: <https://www.vice.com/es/article/9b7kbd/cosas-que-no-sabias-del-hardcore-de-washington-023>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

El Straight edge en México.



“Jóvenes de la comunidad straight edge en México.”

Para poder aterrizar el straight edge en México hicieron falta varias personas que convivieron constantemente con el movimiento y fueron, incluso, pioneros del género musical en nuestro país.

Para obtener esta información recurrí al bajista de la primera banda straight edge en México, quien con gusto respondió varias de mis preguntas y me facilitó entrevistas anteriores, en las cuales deja un poco más claro cómo fue que llegó, se proliferó e incluso indico algunas de las variaciones que ha habido en los últimos años respecto a la religión *hare krishna* y el hardcore.



“Juventud positiva, la primer banda de hardcore straight edge en México.”⁵⁹

⁵⁹ Fotografía obtenida de Valmiky Das, bajista de la misma banda.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

Krishna core: Decisión personal.

“Comportarse como si fuera el último día de su vida.”⁶⁰

Si a cualquiera le preguntamos que queremos del mundo, cualquiera nos respondería que queremos ser felices.”

Valmiky Das, es una de las personas más reconocidas en la escena hardcore en México pues desde los 17 años ha estado inmerso en el mundo del straight edge, aunque desde tiempo antes escuchaba hardcore después de escuchar bandas straight edge, leer fanzines al respecto decide, a partir de los 17 años tomar en cuenta el movimiento y ser militante del mismo, convirtiéndose también al vegetarianismo.

La principal propuesta del straight edge era no consumir drogas, movimiento que inicio con el grupo *minor threat*, como anteriormente se ha descrito en este trabajo. La manera más importante y sana de divertirse se basaba en la decisión de no consumir drogas y alcohol para ser felices, para personas inteligentes esa fue una propuesta valiosa e interesante para seguir el movimiento y hacerlo crecer.

Valmiky decidió seguir este estilo de vida y filosofía por el hecho de no consumir drogas legales o ilegales y llevar una vida más feliz y saludable, posteriormente, el comprendió que el simple hecho de formar parte nuevas posturas ideológicas sobrevenían, incluyendo el uso del campo para el cultivo de sustancias que

⁶⁰ Erick Ballesteros, “Krishna core: decisión personal”, México 2015, Consultado en youtube.
<https://youtu.be/GKNy-Ebo5wM>

desencadenarían un abuso mayor de sustancias que bien podrían adictivas para el ser humano. Observando también, como una forma de seguir apoyando la violencia intrafamiliar, el aumento en las olas delictivas en nuestro país, y el detrimento de la sociedad.

En 1995 Valmiky das formó parte de la banda “Juventud Positiva”, considerada la primera banda de hardcore straight edge en México, misma que representaba la ideología de la actitud y filosofía hardcore straight edge.

De aquellos años a la actualidad, ha habido mucho cambio, pues con las redes sociales y el internet dan pauta a que los jóvenes se acerquen cada vez más a eventos y bandas que siguen pregonando la ideología, así mismo, cada vez más jóvenes entusiastas buscan formar más bandas haciendo cada vez más grande el movimiento.

Dentro de la escena nacional, refiriéndose a los eventos culturales o conciertos que se organizan para personas con esta ideología Valmiky habla de una ausencia entre los jóvenes straight edge que asisten, pues son en ocasiones del 100% de asistentes menos de la mitad son realmente straight edge. El justifica esta falta debido a que los asistentes o público siempre necesita consumir drogas o alcohol para encontrar diversión. Además, en casi todos estos eventos se hace una mezcla de bandas hardcore straight edge y otras bandas que no precisamente son de esta filosofía.

Ante estos panoramas algunas personas de la comunidad ya mencionada, se dedican a dar información, repartir revistas, vender comida vegetariana para buscar darle un auge mayor al movimiento e incluso promover el ingreso de más personas a la tribu urbana.

Muchos de los grupos hardcore straight edge, han buscado o han seguido la línea del crecimiento humano, mental y espiritual acercándose al culto a Krishna, hablando de una combinación musical y una forma de pensamiento que pretende ya no sólo englobar el desuso de sustancias adictivas si no también una paz mental, espiritual y corporal en quien predique o siga este género.

De las primeras bandas a nivel mundial, que se caracterizaron e impulsaron el straight edge enfocándose en una parte espiritual y vegetariana, se encuentran *youth of today* y *shelter*, bandas cuyos miembros se vincularon a la filosofía Vasana.

El hardcore straight edge como ideología y de la mano de un apasionado de esta forma de pensar incluso llegando al final de buscar un crecimiento integral aporta esta frase para dar de alguna manera su forma de ver esta tribu urbana y explicar un poco hacia donde va el mensaje y como se ha adaptado al paso de los años:

“Lo que uno trata es de cambiar primero a su persona, uno mismo, para tratar de cambiar a los demás, por ejemplo de la propuesta del hardcore straight edge, yo he aprendido a que intentamos cambiar el mundo, por eso es música de

propuesta, no estoy de acuerdo con esto o con aquello, pero que estoy haciendo yo para cambiar eso, para querer cambiar algo primero uno debe cambiar, el problema es la escasez de una conciencia, de esa sensibilidad, en nosotros los seres humanos de querer preocuparnos por los demás, de pensar que si yo estoy bien, no me importan los demás, de creer en esa ideología de explotación, de inconsciencia, es un poco de dedicación y sacrificar muchas cosas por el bienestar de uno y de los demás.

Me acordé de un maestro de Colombia que nos dice: -Si nosotros nos comportáramos como si estuviéramos en el último día de nuestra vida, como nos comportaríamos, como nos dirigiríamos a las personas cercanas a nosotros, que comeríamos, como viviríamos-, porque uno no sabe cuándo puede morir, puedes ser joven o adulto, la muerte lleva parejo, eso me gusta mucho, comportarse como si fuera el último día de vida. El cambio en uno no es de un día, un mes, un año si no es para toda la vida.”⁶¹

⁶¹ Erick Ballesteros, “Krishna core: decisión personal”, México, Consultado en youtube.
<https://youtu.be/GKNy-Ebo5wM>
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?



62



63

⁶² "Hardcore show en decisión personal", Fotógrafo: Ricardo Andrés Ilescas Montes de Oca.

⁶³ "Hardcore show en decisión personal", Fotógrafo: Ricardo Andrés Ilescas Montes de Oca.
¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?



64



65

⁶⁴ AND fotografía, "OFF limits 2017", Fotógrafo: Andrés Amezcua.
 ¿Puede ser la tribu urbana hardcore straight edge un nicho de mercado?

Capítulo 4. Patrones de consumo de la tribu urbana straight edge en México.

Se recurrió a aplicar encuestas a personas de esta tribu urbana para saber los patrones de consumo y si es que estos representaban cambios respecto al grueso de la población.

Aplique 100 encuestas haciendo uso del método cuantitativo, refiriendo y pidiendo detalles acerca de los productos que los jóvenes de esta tribu urbana usan para satisfacer necesidades básicas tales como alimentación y vestido.

Estas encuestas se aplicaron en conciertos en los cuales había bandas de este género musical y se buscó que la mayoría de las personas que respondieran esta encuesta fueran parte del grupo straight edge. Así mismo también, se aplicaron encuestas vía cuestionario en la plataforma google drive.

El modelo de encuestas que aplique fue el siguiente:

Datos del entrevistado.

Delegación:	Colonia:
Ocupación:	Edad:
Estado Civil:	

CONSUMO DE MEDIOS.

1. ¿Acostumbras leer el periódico? Si No ¿Cuál? _____
2. ¿Con qué frecuencia? Diario () Más de una vez por semana () Una vez a la semana () Una vez cada 15 días () Nunca () Otra: _____

- ¿Lees revistas? SI No ¿Con qué frecuencia? _____
¿Qué revistas lees? _____
3. ¿Con qué frecuencia lees libros? _____
- ¿Cuál fue el último libro que leíste? _____

⁶⁵ AND fotografía, "OFF limits 2017", Fotógrafo: Andrés Amezcua.

4. ¿Escuchas la radio? Diario () Una vez a la semana () Más de una vez a la semana () Nunca () Otro: _____

¿Dónde la escuchas? Hogar () Oficina () Automóvil Otro _____

5. ¿Con qué frecuencia vas al cine? Más de una vez a la semana () Una vez a la semana () Cada 15 días () Una vez al mes () Otra: _____

¿Cuál fue la última película que viste en el cine? _____

6. Ves cine en: Internet () Televisión () Renta ó compra de películas ()

7. ¿Acostumbras ver televisión? (SI) (NO)

La ves diario (SI) (NO) ¿Cuántas horas al día? _____

¿Cuántas horas la ves en el fin de semana? _____

8. Tienes: Cablevision () Sky () Dish ()

9. ¿Qué canales de televisión ves? _____

Programas Favoritos: _____

10. ¿Utilizas internet? ¿Con qué frecuencia? _____

¿Dónde lo utilizas? Casa () Trabajo () Universidad () Café () Otro: _____

11. ¿Tienes dispositivo móvil? Laptop () Smartphone () Tablet ()

12. ¿Qué uso le das al internet? Investigación () Tareas () Amigos () Juegos () Entretenimiento () Información () Otro ()

CONSUMO DE BEBIDAS Y ALIMENTOS.

13. Apoyas a empresas transnacionales y nacionales consumiendo productos como: (subraya la(s) empresa que consumas).

A) Sabritas. C) Coca-Cola

B) Bimbo. D) Pepsi E) Otros: _____

14. ¿Con qué frecuencia consumes estos productos?

Diario () Más de una vez por semana () Una vez a la semana () Una vez cada 15 días () Nunca () Otra: _____

15. ¿En dónde comenzaste a comer estos productos?

16. ¿Porqué los comes? Para quitar el hambre () Por el sabor () Son divertidos () Por su textura () Porque todo el mundo los consume ()

17. Menciona las marcas de ropa y calzado que más consumes y por qué.

18. ¿Te identificas con algún valor para adquirir esta ropa? Sí la respuesta es sí, indica que característica te atrae más.

19. Formes parte o no ¿Qué opinión tienes del movimiento vegetariano straight edge?

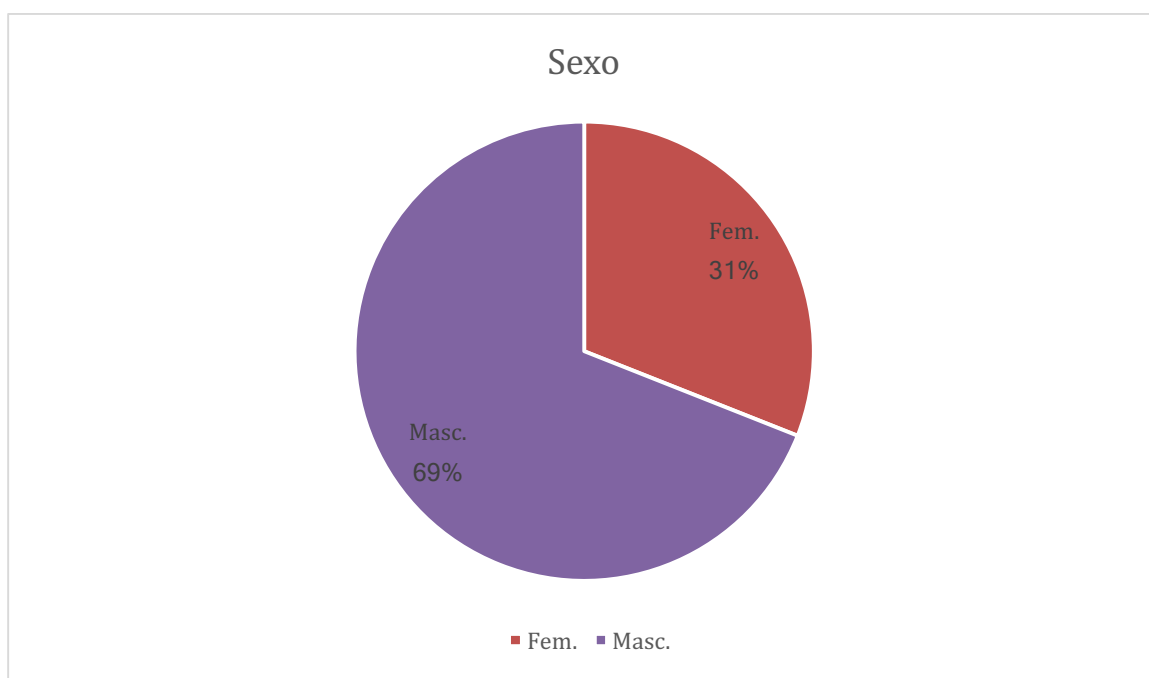
20. ¿Qué concepción y visión tienes del straight edge en México? Así como de la escena mexicana.

Se buscó que esta encuesta fuera breve para que los encuestados no requirieran tanto tiempo en responderla, pues simplemente estábamos tratando de encontrar un patrón común en algunos productos y servicios para que estas fueran las diferencias que buscamos en un grupo que queremos establecer como nicho de mercado.

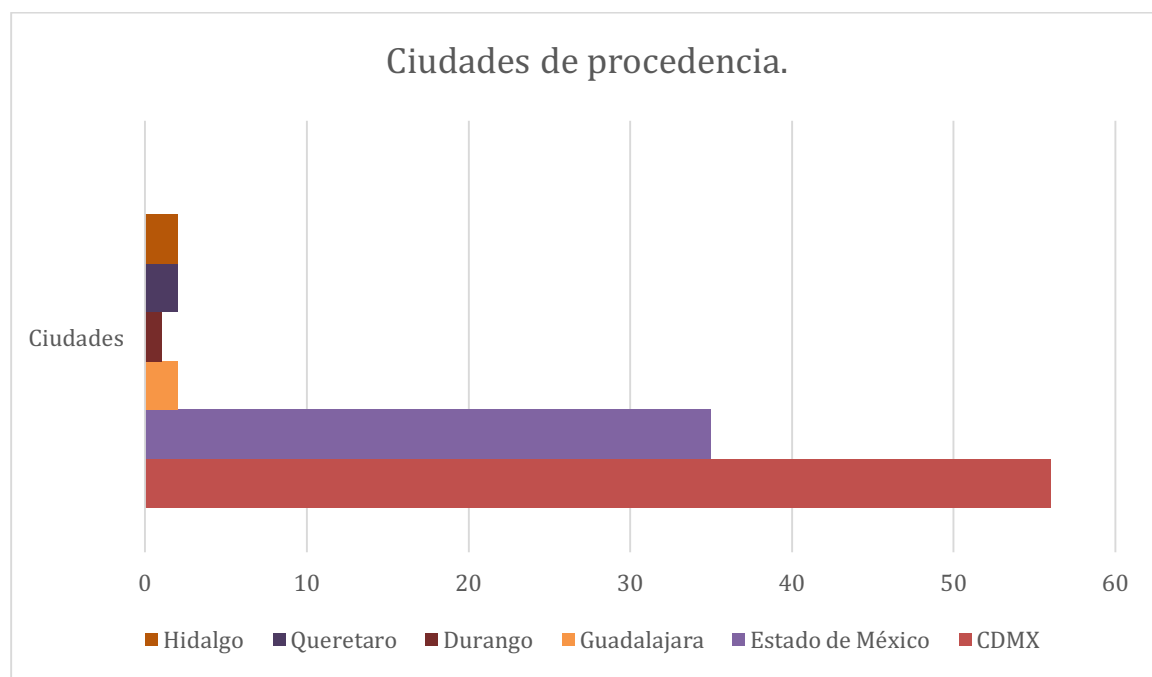
Sin embargo y desalentadoramente llegué a la conclusión de que este grupo no confirman la hipótesis supuesta pues a pesar de que se pensó había un cambio en los hábitos de estas personas –derivado de su ideología y de sus gustos- la verdad es que la juventud straight edge tiene una tendencia consumista parecida a los jóvenes de su edad, dadas sus ligeras excepciones tales como se explicará a continuación.

Los jóvenes encuestados no mostraron diferencias en consumo cultural y consumo de bienes básicos, en contraste con jóvenes sin esta ideología.

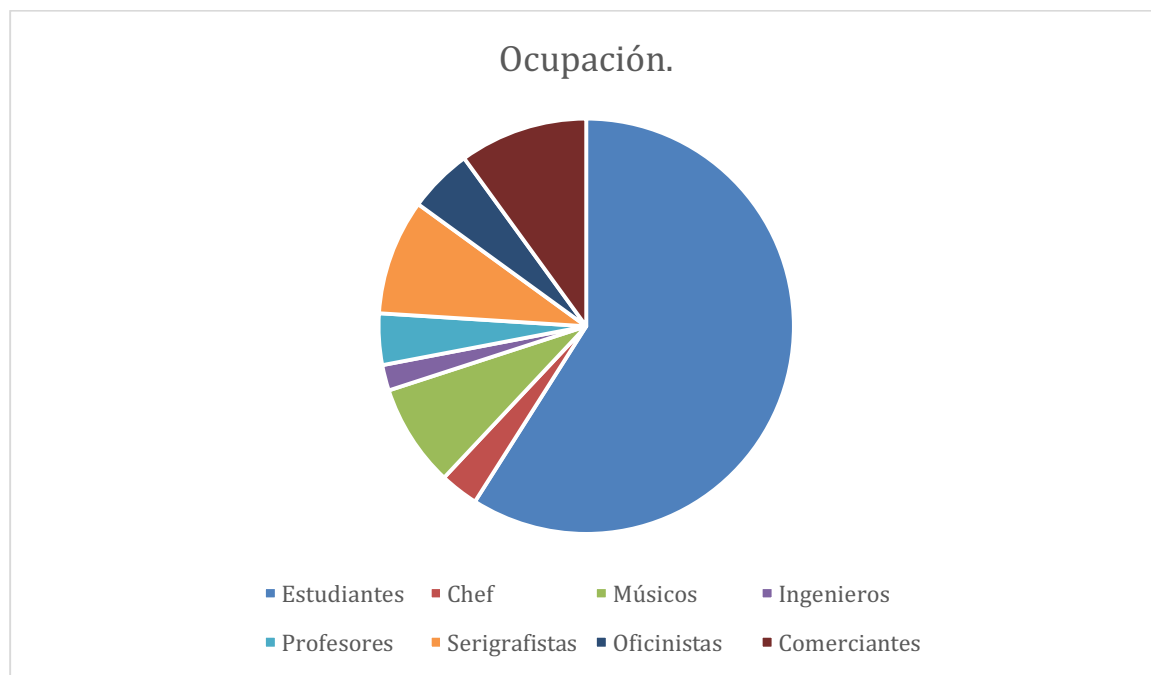
A continuación se presentarán gráficas que ilustrarán a grandes rasgos las respuestas obtenidas en las encuestas.



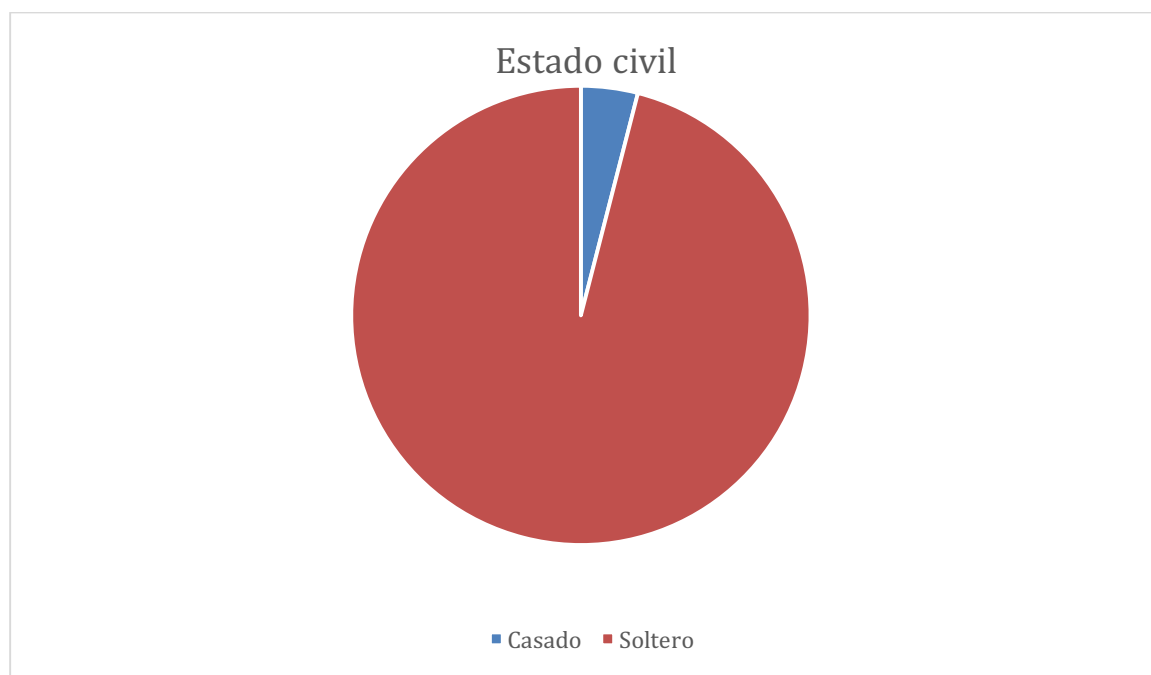
Para comenzar el 69% de mis encuestados fueron hombres de 18 a 37 años de edad, mismos que provenían en su gran mayoría de colonias aledañas al centro de la CDMX. Las mujeres por su parte representaron tan solo el 31% de los encuestados.



En general en la procedencia de mis encuestados pondera de la Ciudad de México, mientras que en segundo lugar se encuentra el Estado de México para terminar con algunos otros estados del territorio mexicano. Sin duda alguna el straight edge es un tema conocido en todo el país al menos entre los jóvenes que acostumbran y siguen este estilo de vida. Uno pensaría que al formar parte de un grupo que como se ha visto en el pasado tiene fundamentos violentos y totalmente alejados de un mundo académico, la realidad es que la gran mayoría de estos jóvenes representan y son una esperanza pues, a pesar de la imagen errónea que pueden llevarse, son profesionistas y dedican su vida al estudio y el trabajo. Como se mostrará en la próxima gráfica.



La actividad preponderante dentro de esta tribu urbana es el crecimiento académico o el estudio, seguido del comercio en su mayoría informal, o dedicado a la venta de camisetas, discos, fanzines. Los oficinistas por su parte dijeron desempeñar actividades propias de oficina y algunos tener carreras administrativas.



Solamente el 4% de todos los encuestados dijo estar casados, mientras que el 96% dijo seguir en soltería.

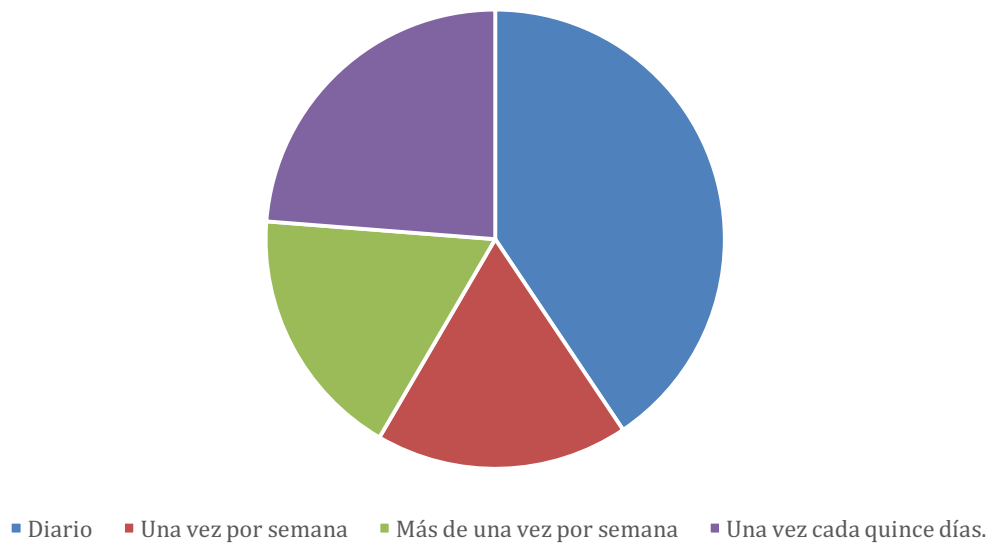
Consumo de medios en la tribu urbana Straight Edge en la CDMX.



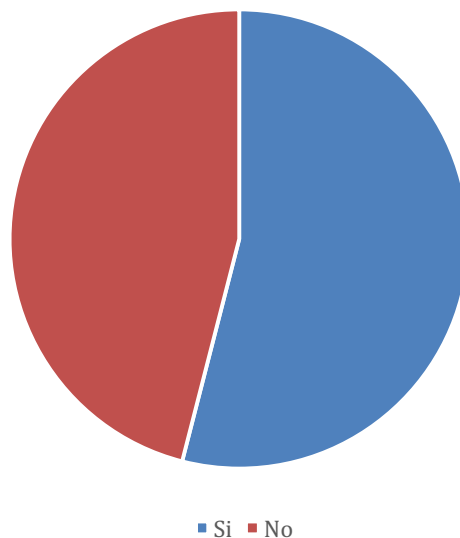
La tribu urbana demostró buscar información de primera mano en periódicos y sitios de internet de los mismos, tales como La Jornada principalmente, El Universal, Milenio, así mismo algunos dijeron recurrir a medios internacionales como el Washington Post, casi siempre los leen en las redes sociales o sitios de internet de dichas publicaciones.

La frecuencia con la que estos jóvenes siguen las noticias quedo de la siguiente manera:

Frecuencia de consulta de periódicos.



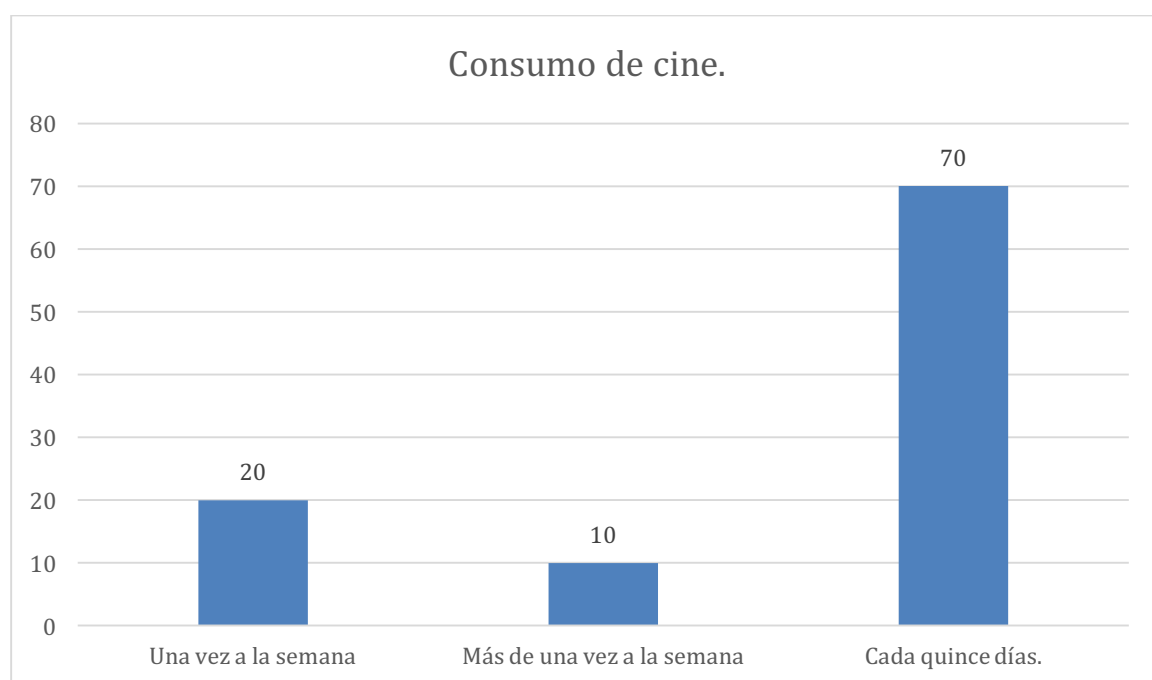
¿Lees revistas?



Mientras tanto otros medios impresos como las revistas también son muy solicitados por los straight edge, el 54% de los encuestados confirmaron leer revistas. Los géneros o temas más buscados por ellos son los deportivos, algunos dijeron leer revistas relacionadas con sus temas de educación o científicos y solamente el 5% acepto leer revistas de tipo social o con tendencia de los temas de agrado straight

edge, así mismo, la frecuencia con la que estas personas leen revistas suele ir entre los 15 días y las 3 semanas.

No acostumbran escuchar la radio debido a que no encuentran motivos para hacerlo, pues no hay música que prefieran escuchar ahí, ya que las radio difusoras no hacen énfasis en el talento nacional o en estilos musicales diferentes que gusten a los integrantes de esta tribu urbana.



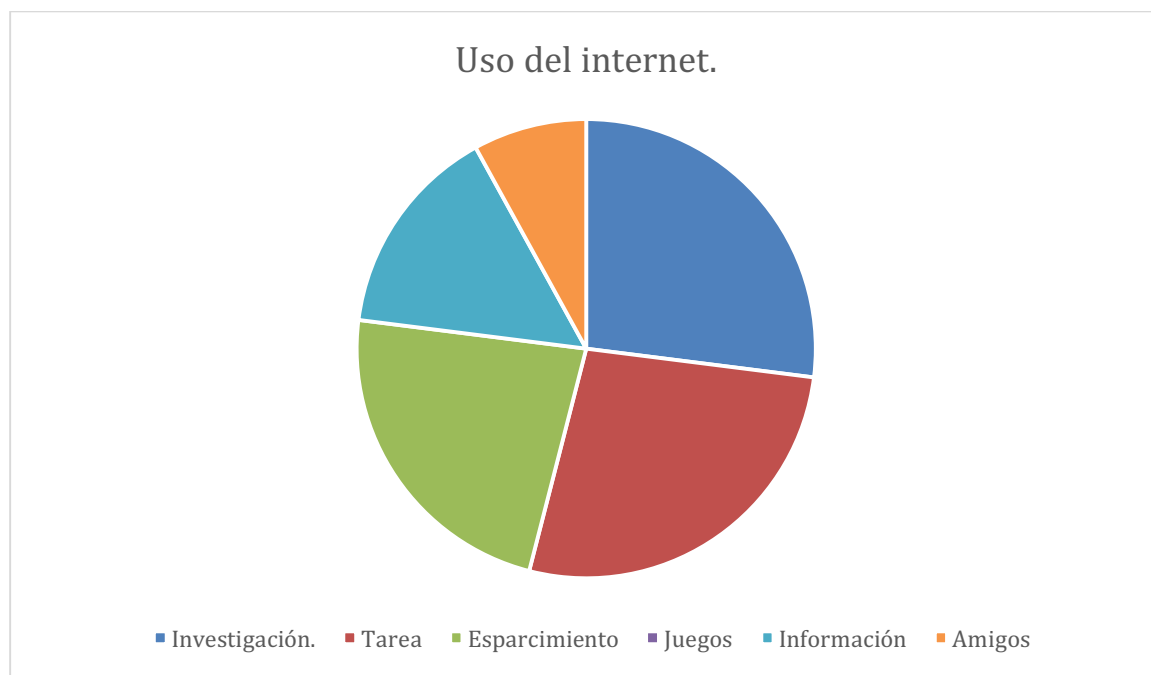
La mayoría de los encuestados dijeron asistir al cine cada quince días. Sin un género en específico, simplemente por asistir y divertirse un buen rato. Referente a servicios de paga y películas online, todos los encuestados dijeron hacer uso de plataformas móviles como Netflix.

La televisión abierta no es uno de los medios preferidos por los integrantes de esta tribu urbana, cerca del 56% de los encuestados afirmaron no hacer uso de ese medio de comunicación mientras que el 44% confirmaron hacer uso y ver la televisión.

Aquellas personas que confirmaron el uso de ese aparato mediático dijeron hacer uso de él durante 2 horas al día máximo. El tiempo que estos dedicaban a este

medio, era únicamente para ver programas de tipo científico o de entretenimiento como “El precio de la historia”, “Super-estructuras”, incluso para ver series como “The big-bang theory”, entre otros programas de moda o contemporáneos.

El 100% de los encuestados dijo hacer uso del internet a través de un medio electrónico como Smartphones o tablets. Acerca del uso que la gente da a estos medios esta:

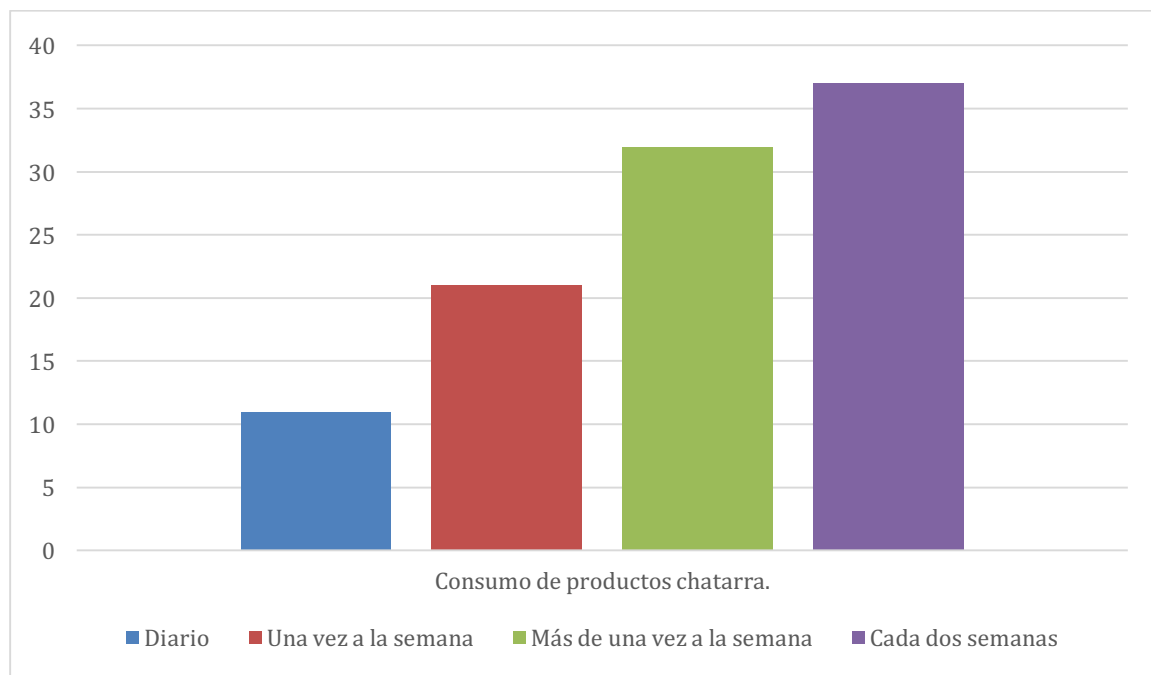


La mayoría de las personas utilizan este medio para tarea, investigación o amigos.

Consumo de productos y comida chatarra.

Dentro de esta categoría se buscó saber si los encuestados hacían consumo de productos preparados y/o coadyuvar en el crecimiento de empresas multinacionales apoyando la compra de estos productos. Tan sólo el 45% de los straight edge dijeron no consumir este tipo de productos mientras que los restantes afirmaron ser consumidores de ellos.

Entre las principales marcas que estos jóvenes consumen se encuentran: Jumex, Sabritas, Coca&Cola y Kellogs. La frecuencia con la que se consumen estos productos se explicará a continuación.



Así mismo estos productos son consumidos principalmente por el sabor y no importa demasiado a los consumidores el valor nutrimental de estos medios de consumo.

Consumo de productos secundarios: ropa, calzado, etc.

Se les cuestiono a los encuestados que marcas eran sus preferidas y la mayoría denoto hacer uso de marcas como Vans, nike, puma, adidas y converse. Sin embargo lo interesante y que destaca es que todos coinciden principalmente en adquirir estos productos fuera de las tiendas, en comercio informal, o “con conocidos”, incluso hicieron alusión a algunos tianguis o mercados no establecidos.

Pues para ellos las principales razones para comprar estos artículos radican en el confort o en la estética que tienen, no tanto en los valores de compra. Algunos encuestados hicieron énfasis en la investigación previa y relación: costo/beneficio así como la preocupación por no adquirir productos hechos o manufacturados con pieles animales o productos animales.

El straight edge y el vegetarianismo.

Una de las preguntas clave dentro de mi investigación fue la opinión que tienen los mismos straight edge del vegetarianismo dentro del movimiento como un complemento al estilo sano libre de drogas. Sin embargo existe una opinión dividida. La pregunta al realizarse de forma abierta, tomó diferentes perspectivas en consideración y sobre todo los que respondieron se basaron en gustos, observaciones y experiencias propias que denotan su relación con el vegetarianismo.

Para el 100% de los encuestados el vegetarianismo no tiene por qué ser un requisito en el straight edge pues como dijo uno de los encuestados:

“Creo que el vegetarianismo y el straight edge son cosas diferentes y no deberían ser vistos como uno mismo. Ambos son puntos de vistas muy personales sobre el consumo de diversos productos el cual impacta directamente en la vida, acciones y decisiones de la persona. No es un estilo de vida. Ni una religión. Ni una secta dónde se tengan que cumplir reglas para ser parte. Es algo personal, por lo cual para mí no sería considerado una "tribu urbana". El ser Straight Edge o Vegetariano no te hacen mejor persona que los demás ni hay porque presumirlo.”

Para la mayoría de personas dentro de esta tribu urbana, el estilo de vida

De una u de otra forma, se hace énfasis en que el vegetarianismo para algunos no es parte importante del movimiento, pero, en opiniones contrastantes, muchos otros seguidores practican y siguen el vegetarianismo como una forma responsable de apoyar el movimiento consumiendo solamente productos que por su propia naturaleza son benéficos para el cuerpo y la mente.

También hay los que no predicán o practican el vegetarianismo pero tienen un respeto profundo por las personas que pueden practicarlo y seguirlo al pie de la letra.

En todas las respuestas obtenidas se nota una tendencia a apoyar de cualquier manera las actitudes que mantengan en alto un estilo de vida positivo, y diferente al resto de la población, enmarcan la radicalidad y el mantenerse fuera del sistema siendo al menos (en relación a las drogas, alcohol y algunos hábitos alimenticios) diferentes al resto de la población.

Conclusiones.

El hardcore straight edge en México, es una tribu urbana que bien podría representar un pequeño nicho de mercado si se buscara impactar a una audiencia joven, consciente y con un amplio raciocinio acerca de la estabilidad física y mental.

También es una tribu urbana por el hecho de poseer rasgos diferentes, que destacan y forman parte de un anecdotario que surge con la historia del movimiento punk a nivel mundial, como una *anti-catarsis* del mismo, que engloba y sustenta una pelea constante contra la transgresión de la propia vida. Si bien no cuentan con un territorio delimitado si cuentan con ideas estables y fijas sobre lo que son y a donde van.

Si se planteara o basara una campaña publicitaria dirigida hacia este sector tendría que tomarse en cuenta que los integrantes de dicha tribu urbana representan un amplio espectro de edades y profesiones.

También, debe contemplarse en estas campañas publicitarias el vegetarianismo como una opción en este grupo, los integrantes del hardcore straight edge en México gustan de adquirir productos relación costo-beneficio y en algunos casos recurren a comprar tenis y ropa marca *Vans, nike o adidas*.

Los militantes de esta tribu urbana, también comparten y buscan que sus prendas no estén creadas con productos animales o que estén ligadas al maltrato animal o humano. Así mismo establecen y consumen libremente productos elaborados tales como papas *Sabritas*, bebidas gaseosas, dulces o posters empaquetados.

En cuanto a su consumo cultural, aceptan usar redes sociales, informarse a través de medios de comunicación electrónicos y hacer uso de servicios de paga o *streaming*, no encontrando variaciones respecto al resto de la población que no forma parte de esta tribu urbana.

También, presenta un caso único pues a pesar de tener rasgos que definitivamente hacen referencia a una tribu urbana, también, el peso de esta cultura es tan grande que en algunos casos termina volviéndose una ideología no moldeable y que siempre busca contribuir al crecimiento personal y físico de más personas, como si de una doctrina se tratase. Incluso, ellos no lo ven como una tribu, o una forma de pensar si no como una forma de vida. Como algo inherente a su existencia.

Para los publicistas o mercadólogos que estén interesados en crear mensajes muy bien segmentados para ideologías específicas este trabajo podrá darles las pautas, el modo, el tono y también los medios a través de los cuales podrán generar una campaña publicitaria, social o de *mkt* para personajes con esta forma de pensar.

El movimiento straight edge, consideran es un movimiento naciente en México y en algunas otras partes del país, sin embargo, respecto a la escena y la concepción que se tiene del tema a nivel mundial, también es difícil encontrar opiniones generalizadas, pues todos dan concepciones del movimiento comprendiendo sus experiencias en el movimiento.

Parte importante y que debe ser apreciada por los lectores de este trabajo es y se relaciona con la investigación cuantitativa aplicada para obtener algunos de los datos que se mencionan aquí y presentar evidencia científica de que como tal esta tribu, no es un nicho fuerte de mercado, pero si una ideología que de un momento a otro y contemplando la actualidad en México podría crecer y masificarse.

La metodología que se utilizó en este trabajo se basó en una revisión bibliográfica de autores que hicieran referencia a las tribus urbanas o grupos urbanos y desglosarán el cúmulo de conceptos que engloba pertenecer a una de estas comunidades específicas.

Fue un trabajo arduo, pues el estudio de grupos específicos en México es una tarea que apenas inicia, sin embargo, no es de prioridad sólo para publicistas y

mercadólogos sino también para poseer un anecdotario de lo que en México y el mundo se genera a partir de una simple canción.

La realidad social en la que vivimos tiene miles de formas de ser vistas y es de importancia analizarla debido a que detrás en todo el grupo de experiencias que viven los integrantes de dichas realidades se encuentran diferentes posturas que encabezan patrones psicológicos muy fuertes, y hechos que marcan el antes y el después de una persona.

Algunos, guiados y en entrevistas o pláticas dijeron formar parte del movimiento como una forma contestataria a la globalidad, al gobierno, al narcotráfico, algunos otros encontraron el coraje y la violencia para desahogar la frustración de familias no funcionales y violencia intrafamiliar, maltrato verbal o físico y de alguna manera el straight edge, sus líricas, y la unidad de dicha escena, así como la amistad les evitaron seguir ese modelo de actitudes y patrones conductuales.

Para algunos tantos participantes de la encuesta el straight edge es un movimiento hipócrita, pues consideran que la cultura mexicana es un parteaguas difícil para promover la adaptación de una ideología radical alejada de vicios cuando “somos” uno de los mayores productores de drogas en el mundo, incluso cuando el consumo de alcohol es casi un hecho por toda la población y visto como un acto totalmente cotidiano en el cual incluso, se inculca a los más pequeños la importancia de brindar y festejar acompañado siempre por una buena copa o trago de alcohol.

Opiniones diversas hablan de un movimiento “invisible” casi imperceptible y en decadencia debido a la falta de bandas y espacios para la organización de eventos que den y promuevan la difusión de esta forma de pensar. Incluyendo la inclusión de “una moda” con aires de grandeza pactada con la idea de ser superior por restringirse el uso de este tipo de sustancias.

Para muchos otros el straight edge va en crecimiento y cada vez más se genera más conciencia en personas cercanas, aunque en ocasiones es difícil promover las ideas

por la heterogeneidad de gustos musicales y “las modas” aparentes promovidas por medios de comunicación y redes sociales.

Personas que manifestaron pertenecer al movimiento desde muchos años atrás tienen una conciencia positiva y una mentalidad neutra respecto al avance, pues consideran no poder o tener el poder de obligar a más jóvenes a seguir un estilo de vida libre, pero si predicar con el ejemplo y las bondades de llevar esta forma de pensar y actuar.

Contribuir al crecimiento de nuestra sociedad de manera positiva es esencial para los que son parte del movimiento y su granito de arena está siendo puesto en el apoyo no solo de los militantes del straight edge, si no, también a la comunidad en general, personas que no solo se preocupan por un conocido, si no también aquellos sentimientos y acciones que nos acurrucan a ser seres humanos, saliéndose de contextos capitales o materiales viendo el alma, ciertos *hardcore kids* ven alejarse de vicios y excesos como una manera de humanificación, de vivir de forma correcta, recta actuando como deben actuar no por obtener bonificación por sus hechos si no porque es la manera en que se debe actuar.

Definitivamente el movimiento straight edge representa una alteración al sistema y a nuestro compendio de valores tradiciones y costumbres en México. Rompe con diversas ideas enmarcadas a lo largo de nuestra historia no sólo en hábitos de consumo respecto al alcohol, cigarro y drogas, sino también en formas de pensar.

Para muchos la unión entre seres es hasta ahora desconocida, en el straight edge hay aún una hermandad implícita con los militantes del mismo y con personas ajenas, si bien es cierto que hay grupos muy herméticos también es cierto que hay algunos otros sumamente abiertos e incluyentes.

A pesar de no obtener confirmación de mi hipótesis principal, pues no poseen características diversas a otros grupos de la clase social y de los hábitos de consumo generalizados me encontré con un grupo que si tiene potencial si es que

en algún momento los medios de comunicación deciden darles espacio y abrir puertas a un México con porcentajes alarmantes de drogadicción y alcoholismo, sin pasar de lado que intelectual e ideológicamente son personas con fuertes convicciones y firme creencia en lo que hacen y dicen.

Bibliografía.

- * Arce Cortés Tania, *"Subcultura, contracultura, tribus urbanas y culturas juveniles: ¿homogeneización ó diferenciación"*, Universidad Iberoamericana, México, D.F. archivo electrónico, www.redalyc.org/articulo.oa?id=26911765013, consultado el 2/mayo/2015 a las 13:57.
- * Ballesteros Erick, "Krishna core: decisión personal", México, Consultado en youtube. <https://youtu.be/GKNy-Ebo5wM>
- * Causse Carthcat Mercedes, *"El concepto de comunidad desde el punto de vista socio-histórico-cultura y lingüístico"*, Universidad de Oriente, Departamento de Letras, Facultad de Humanidades, Santiago de Cuba, Cuba, 2009, archivo electrónico <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181321553002> consultado el 19/mayo/2015.
- * Costa, Pere Oriol, José Manuel Pérez y Fabio Tropea, *Tribus urbanas, el ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*, 1997, Paidós, Barcelona, 245 pp.
- * Diccionario de la Real Academia Española, versión en línea. <http://www.rae.es/>.
- * Duque Gómez Ernesto, *"Marketing, una evidencia cultural"*, ECOE ediciones, Colombia, 2008, pp. 392.
- * Dynner Susan, Director: Dynner Susan, 2007, *"Punk's not dead"*, Estados Unidos, Vision Films, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=H-NA085L1do> el 3/enero/2018.
- * Featherstone Mike, *"Cultura de consumo y posmodernismo"*, Amorrortu editores, Argentina, 1991, 239 pp.
- * García Canclini Néstor, *"Consumidores y ciudadanos"*, Editorial Grijalbo, 1ª Edición, México, 1995.
- * Gentile Andrea, Director: Gentile Andrea, 1988, *"La neta no hay futuro..."*, México, Centro de Capacitación Cinematográfica. Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=s5J80EZa4gs> el 3/enero/2018.
- * Guinsberg Enrique, *"Publicidad: Manipulación para la reproducción"*, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, 1987, pp. 316.

-
- * Hebdige Dick, *Subcultura: el significado del estilo*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2002.
 - * Feixa Carlos, *El reloj de arena: culturas juveniles*, México, Causa Joven-IMJ, 1998.
 - * Giménez Gilberto, *“La cultura como Identidad y la identidad como cultura”* México: Instituto de investigaciones sociales de la UNAM, sic.conaculta.gob.mx/documentos/834.doc consultado el 8/abril/2015 a las 18:21.
 - * Giménez Gilberto, *“La concepción simbólica de la cultura”*, <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf>, consultado el 8/abril/2015 a las 18:21.
 - * Jesús Martin, 1994, *“La escena punk en México, una alternativa libertaria”*, México, Sin Medios Producciones. Consultado en Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ECzRkNWjxSo> el 3/enero/2018.
 - * José Agustín, *“La Contracultura en México”*, versión electrónica, <https://es.scribd.com/doc/33986509/La-Contracultura-en-Mexico>, consultado el 16/junio/2015 a las 14:24.
 - * Keynes John Maynard, *“Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero”*, Fondo de cultura económica, 1992, Buenos Aires.
 - * Kotler Philip, Armstrong Gary, *“Marketing”*, Pearson Educación, México 2012.
 - * Letts Don, 2005, *“Punk Attitude”*, Estados Unidos, Capitol Entertainment, Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=A3MuSsdly58> el 3/enero/2018.
 - * Maffesolli Michel, *“El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades postmodernas”*, México, Editorial Siglo XXI, 2004.
 - * Maslow H. Abraham, *“Motivación y personalidad”*, Ed. Días de Santos, Madrid, 1991.
 - * Morettini Mariano, *“Principales Teorías Macroeconómicas sobre el consumo”*, Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, archivo electrónico descargado de <http://nulan.mdp.edu.ar/1887/1/01486.pdf> el 6/Septiembre/2015.
 - * O'Shaugnessy John, *“¿Por qué compra la gente?”*, Ed. Díaz de Santos,

Madrid, 1989.

* Rachman Paul, Blush Steven, 2006, *"American Hardcore, the history of punk rock"*, Estados Unidos, Sony Pictures.

* Rodríguez Díaz Susana, *"Consumismo y sociedad: una visión crítica del homo consumens"*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, archivo electrónico, <http://www.redalyc.org/pdf/181/18126057019.pdf> consultado el 24/Agosto/2017 a las 12:21 p.m.

* Roszak Theodore, *"El nacimiento de una contracultura. Reflexiones sobre la sociedad tecnocrática y su oposición juvenil"*, Primera Edición, 1970, Editorial Kairós, 320 pp.

* Shradack Smith David, 2008, *"Inside Straight Edge"*, National Geographic. Consultado en youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=bcOMxtwnl8M> el 3/enero/2018.

* Torres i Prat Joan, *"Consumo luego existo, poder, mercado y publicidad"*, Editorial Icaria, Barcelona, 2005.

* "Tribus, Straight Edge", Canal 40 México, reportaje, consultado en Vimeo el 13/enero/2016, <https://vimeo.com/14462481>.

* Villoro Luis, *"Sobre la identidad de los pueblos"*, 14 pg. versión electrónica consultada y descargada el 13/Mayo/2017 de <http://envia3.xoc.uam.mx/sitio/>

* Villoro Luis, *"Del Estado homogénero al Estado Plural"*, 44 pg. versión electrónica consultada y descargada el 13/Mayo/2017 de <http://envia3.xoc.uam.mx/sitio/>