

24, 13



**Universidad Nacional Autónoma  
de México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

**EL GRAFFITI COMO RECURSO COMUNICA-  
TIVO DE GRUPOS JUVENILES MARGINADOS**

**T E S I S**

Que para obtener el título de  
**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**  
p r e s e n t a

**BLANCA GONZALEZ LIMA**

**Director de tesis: Sergio Montero Olivares**

*México, D. F.*

**1988**



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 está 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.

## INDICE

INTRODUCCION	1
I. Graffitiis.	
A. LA EXCITACION DE LAS CALLES.	9
1. Definición de graffitiis	
2. Características de los graffitiis	
B. SIEMPRE INCONFORMES.	14
1. Historia de los graffitiis.	
2. El graffiti en nueva York como referencia.	
C. MUCHAS LETRAS Y MONITOS	19
1. Primeros graffitiis pandilleriles en México.	
2. Clasificación de graffitiis.	
II. El graffiti en Santa Fe.	
A. AQUI EN SANTA FE.	23
1. Características de la subdelegación Santa Fe.	
2. Principales problemas socioeconómicos.	
3. Actividades culturales y tradiciones.	

B. EL CARACTER REBELDE DEL GRAFFITI. 32

1. Las instituciones sociales y la familia.

2. Uso de estereotipos.

C. LOS SALVAJES, VERDUGOS, GUERREROS, BRITANICOS... 38

1. Las bandas de Santa Fe.

2. Hábitos de comunicación.

3. Realización de graffitis.

4. Momentos de ocio y recreación.

5. Condiciones socioeconómicas.

D. ¿ROCKERS O DISCO? 60

1. Identificación con patrones culturales  
extranjeros.

2. Sus estados de ánimo.

III. Comunicación.

A. INTENTANDO COMUNICARSE. 64

1. La comunicación y el materialismo histórico.

2. Papel de los medios masivos de comunicación  
en la sociedad actual.

B. LO COTIDIANO. 71

1. Comunicación Popular.

2. Desarrollo grupal de la comunicación cotidiana

IV. Cultura.

A. LA NUEVA CULTURA URBANA ES DE TRANSICION. 74

1. Definición de cultura hegemónica y subalterna

2. Desarrollo de la cultura popular.

B. UNA NUEVA OPCION. 84

1. Surgimiento de la contracultura y la idea de la tecnocracia.

2. Rompimiento de la cultura oficial.

V. Juventud.

A. DESPUES DE TODO SON CHAVOS. 87

1. Conceptualización de juventud.

2. Movimientos juveniles

3. La formación de bandas.

B. ¿POR QUE PONKS? 95

1. Surgimiento del movimiento Punk.

---

2. Adecpción de movimientos juveniles extranjeros.

C. Y EL MUNDO SIGUE RODANDO. 97

1. Situación socioeconómica y cultural de México y el mundo.

2. Repercusión social en los jóvenes.

D. HABLAN DE JUVENTUD Y NOMAS NO SABEN QUE ES ESO 103

1. Actitud del Estado frente a la juventud

2. Actitud de la juventud frente al Estado.

## VI. Perspectivas

A. COMO ULTIMO RECURSO 108

1. El graffiti pandilleril como resultado de contradicciones culturales.

2. El graffiti como una búsqueda de espacio para comunicarse.

3. El graffiti como protesta de las clases marginadas.

4. El graffiti como expresión de la cultura popular.

5. Connotaciones de la realización de graffitiis

6. Representaciones gráficas de grupos marginados.	
B. LA EXTERIORIDAD INEVITABLE.	122
1. El lenguaje callejero.	
2. Trascendencia cultural de la calle como espacio de comunicación.	
CONCLUSIONES.	125
REPORTE DE ENTREVISTAS.	130
CUESTIONARIO.	132
GRAFICAS.	138
BIBLIOGRAFIA.	142

INTRODUCCION:

El siguiente trabajo tiene la finalidad de exponer y analizar a través de la investigación de campo el fenómeno del graffiti como recurso comunicativo de ciertos grupos marginados de la sociedad moderna. Asimismo resaltar los planteamientos más importantes sobre comunicación, cultura y juventud que giran alrededor del fenómeno del graffiti. De tal forma que las tres categorías se vean enriquecidas por su continua interrelación y puedan explicar con mayor claridad una manifestación juvenil tan compleja.

Con esta exposición de hechos, datos y fotografías se pretende provocar el interés de comunicólogos para emprender trabajos más profundos al respecto, dado que resulta muy difícil encontrar alguna investigación referente a los graffitis en el Distrito Federal (sólo muy esporádicamente se han publicado algunas notas en periódicos y revistas aludiendo al tema).

En vista de que la mayor parte del material bibliográfico sobre graffitis está publicado en el extranjero, se hace necesario investigar los factores que propician la aparición de este fenómeno en México, pues sólo así es posible contar con recursos propios que

propongan soluciones a los problemas que enfrenta el país, desde un punto de vista real de las condiciones sociales que lo rodean.

Por consiguiente se estudian los graffitis en la subdelegación Santa Fe por ser ésta una de tantas zonas en las que se dan los problemas socioeconómicos y culturales más graves que está padeciendo el Distrito Federal como son la sobrepoblación, insalubridad, desnutrición, contaminación, desempleo y sobre todo la proliferación de bandas con sus respectivas manifestaciones de existencia (sellos e inscripciones sobre las paredes de la vía pública). La propaganda que han hecho de ellas los diferentes medios masivos de comunicación, las convierten en los seres más temibles de la Ciudad. Tal satanización impide conocerlas como grupos de seres humanos que sienten y tienen necesidades como los demás.

Como objetivos e hipótesis de la investigación se plantearon los siguientes:

**OBJETIVO I:** Reconocer la existencia de graffitis, distinguirlos y definirlos.

**OBJETIVO II:** Identificar a los productores de graffitis para establecer una relación entre esta

práctica y las condiciones socioeconómicas y culturales en que se realiza.

OBJETIVO III: Conocer los centros de producción de graffitis (las bandas) y determinar de qué manera se producen, circulan y se reciben dichos mensajes.

HIPOTESIS: Debido a las condiciones socioeconómicas marginadas de ciertos grupos juveniles surge la práctica del graffiti como la búsqueda de autoafirmación y reconocimiento social.

Para comprender más claramente el fenómeno del graffiti en la Ciudad de México se menciona un caso en particular: el graffiti pandillero de Santa Fe durante los seis primeros meses de 1985. En el primer capítulo se describe brevemente el ambiente donde se realizan los graffitis en Santa Fe. Posteriormente se explica qué son los graffitis, cuáles son sus características y de qué manera son retomados de los graffitis de grupos juveniles marginados neoyorquinos y del sur de los Estados Unidos por los Cholos.

En el segundo capítulo se expone la dimensión socioeconómica y cultural de la subdelegación Santa Fe y

los resultados de las entrevistas con las distintas bandas de la zona. Al platicar con los integrantes de diez bandas del rumbo de Santa Fe obtuve la información necesaria para contextualizar la práctica de graffitis en colonias marginadas. Sus respuestas remarcan la influencia que ejercen los medios masivos de comunicación en la formación de ídolos y que trae consigo un consumismo excesivo por parte de los jóvenes así como la adopción de modelos culturales extranjeros, la falta de confianza para expresarse libremente en sus hogares y la condición frustrante del desempleo y la represión a la que se ven sometidos muchos jóvenes mediante las redadas efectuadas en Santa Fe.

La inscripción de graffitis es una práctica reconfortante que contribuye a la reafirmación de jóvenes reunidos en bandas. Sirve como sello que reafirma su personalidad tan desprestigiada socialmente y que ellos explotan para resaltar más dándole una connotación de rechazo y degradación: Los verdugos, Los Piojosos, Los Piratas.

Comunicación es el nombre del tercer capítulo puesto que los graffitis se realizan bajo un proceso similar al de

la comunicación (emisor-mensaje-receptor). Para contextualizar la necesidad comunicativa de ciertos grupos juveniles marginados como las bandas, la corriente marxista ofrece la metodología más apropiada porque, basándose en el materialismo histórico, su estudio parte de las condiciones materiales de existencia de los hombres así como la manera de organizarse para producir en le marco de una sociedad dividida en clases.

Por tanto el modelo de comunicación queda de la siguiente manera: Producción-circulación-recepción. Es decir, el proceso social de producción (bajo qué condiciones socioeconómicas surgen ciertos mensajes y quienes los protagonizan); la manera en que determinadas condiciones materiales y sociales se encaranan en materialidades significantes(en este caso los graffitis); y los procesos sociales de recepción por parte de los destinatarios(trascendencia intergrupal y social de comunicación).

También fue necesario en este capítulo acudir a los conceptos de comunicación popular y comunicación juvenil, cuyos planteamientos analizan el desarrollo del fenómeno del graffiti dentro del devenir cultural de la juventud. Entendiendo a la comunicación popular como un proceso

particular de expresión de las clases desposeídas que luchan por adquirir voz pública, mediante la formación de grupos, en el trabajo y esparcimiento de manera libre y espontánea. Y a la comunicación juvenil como parte de la comunicación popular en la que surgen nuevas manifestaciones de comunicación que se distinguen muchas veces por su excentricidad e informalidad: el rock, la formación de bandas, nuevos vocabularios, la vestimenta, etc.

Por otra parte fue muy importante mencionar en el cuarto capítulo el papel enajenante de la cultura oficial, el cual obstruye el camino de toda cultura creativa o popular, principalmente a la cultura juvenil que se ha identificado con los principios de la contracultura surgida a finales de los años sesenta y que en los setenta tuvo mayor auge.

Los postulados de la cultura popular así como los de la contracultura hacen alusión al libre desenvolvimiento del espíritu humano el cual se verá reflejado en las artes y el quehacer cotidiano. Estos últimos, factores determinantes para el enriquecimiento cultural de una comunidad determinada. La experimentación de los sentidos anteponiéndose a la razón científica y tecnológica que ha enarbolado la industria cultural, es el más alto valor

que han impugando muchos jóvenes a través de las últimas décadas.

Con respecto al manipuleo de las clases subalternas o desposeídas y a la oficialización de la cultura se cita a Carlos Monsiváis en un ensayo publicado en la revista trimestral Cuadernos Políticos. De igual forma se cita textualmente a investigadores y expertos en comunicación, cultura y juventud y se incluyen comentarios de profesores de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM con el fin de obtener diferentes criterios, según su especialidad, en relación con los graffitis realizados por las bandas de la Ciudad de México.

Puesto que el tema de graffitis involucra directamente a los jóvenes, la conceptualización de juventud, sus características más sobresalientes, su ubicación dentro del desarrollo socioeconómico y político nacional e internacionalmente, tuvo algunos incisos en el quinto capítulo que expusieron su trascendencia cultural en la sociedad actual.

Durante 1985 se celebró el Año Internacional de la Juventud, sin embargo en México, a pesar de su propaganda, no se asimiló como un logro satisfactorio a las necesidades de los jóvenes. La política discursiva del Estado mantuvo

una posición demagógica ante la opinión pública internacional, dando a conocer su política cultural desde la perspectiva de los funcionarios públicos, más que desde los puntos de vista de la juventud mexicana tan marcada por las diferencias sociales. Es ante este contexto como surgen nuevas formas de expresiones juveniles como los graffitis y las cuales son adoptadas sobre todo por las bandas de la Ciudad de México para abrir un espacio de reconocimiento público.

En el sexto y último capítulo se relaciona toda la información (obtenida a través de la bibliografía y las entrevistas) con la hipótesis central del graffiti como recurso comunicativo de grupos juveniles marginados y hago notar la opinión sobre graffitis que tienen los jóvenes pintores Castro Leñero ya que el tema de graffitis comprende una experiencia visual, la cual en otras partes del mundo es considerada como arte. Asimismo se le da relevancia a las observaciones hechas por Carlos Monsiváis sobre la significación cultural de la calle, lugar de prácticas populares como el graffiti.

## I. Graffitis.

### A. LA EXCITACION DE LAS CALLES.

Son las ocho de la noche y aunque las calles están oscuras, las inscripciones gráficas sobre los muros son visibles fácilmente. Las mujeres acompañadas de cuatro o cinco niños regresan a sus casas con bolsas de pan y un litro de leche. Los ladridos de perro no dejan de sonar entre montones de basura. De la cantina "La Soñadora" se alcanzan a oír cantos desentonados y lametos fatalistas. Los muchachos, con sus grabadoras en mano, se reúnen en lugares ocultos. Por ahí uno de ellos marca: "SOLO GATOS" sobre una pared en donde ya no era posible pintar nada más. Sobresalen garabatos de múltiples colores. En otros muros los graffitis están ahí como apropiación del terreno de los Salvajes, Verdugos, Fantasma, Británicos. Por otra parte, las patrullas en busca de presas recorren silenciosamente una y otra calle.

"Que todo mundo sepa que estamos vivos" son las palabras que con coraje expresa Eduardo Alonso, un joven desempleado de complexión delgada y estatura baja, que tiene 19 años y es integrante de una de las bandas de Santa fe, al preguntarle por qué las bandas pintarrajean los muros de la vía pública.

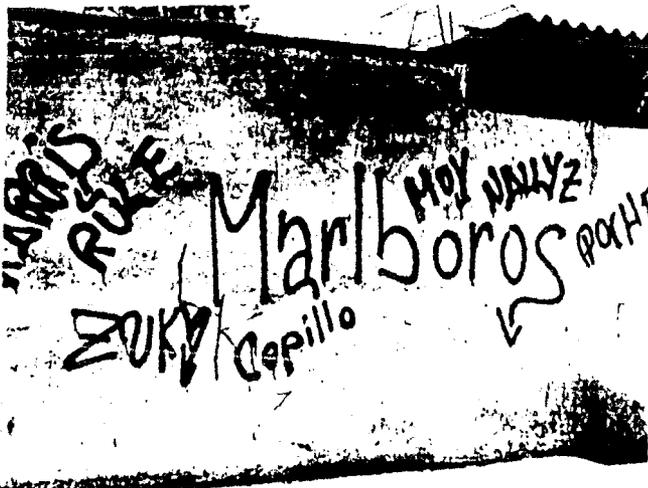
"Queremos que nos conozcan para que nos respeten, que no se metan con nosotros porque no le hacemos daño a nadie pero si nos agrede la tira entonces luego hay violencia y es cuando empiezan a hablar mal de uno".\*



El problema de las bandas es producto de una alta industrialización y modernidad de las Ciudad de México la cual está sufriendo una regresión primitiva de comunicación cotidiana. El progreso del hombre y su cultura son sacudidos por las continuas manifestaciones de grupos marginales como lo muestra la realización de graffitis en diversos rumbos del Distrito Federal.

\* B. González Lima, entrevista realizada en Santa Fe en mayo de 1985.

Santa Fe es una zona ubicada al poniente del Distrito Federal, en donde sobresalen numerosas manifestaciones gráficas sobre sus paredes, donde la comunicación entre bandas se extiende al ir y venir del resto de la población,



involucrándola en un contexto cultural que choca con la propiedad y la aceptación de extensas mayorías.

Y es que los graffitis -manifestación clandestina que pretende dar a conocer públicamente nombres, hechos, ideas o sentimientos que se profesan, a través de mensajes gráficos sobre una pared o un muro- forman parte del paisaje urbano. Al respecto Armando Santa Ana, en el suplemento cultural de la revista Siempre, señala que la

manifestación de graffitis deja ver "la sensibilidad prohibida de un pueblo, la voluntad de protesta, de juego, de rompimiento; la excitación de las calles con su naturaleza libidinal y política, para significar la irritación, la molestia".\*

Los muros, a través de la historia del hombre, han representado una posibilidad de comunicación. Desde la época de las cavernas han sido el espacio para perpetuar sus actividades informativas, estéticas y culturales. Afirma Armando Santa Ana: " Los bisontes, los renos, los cazadores con flechas plasmados por los habitantes de las cavernas, dejaron un discurso gráfico de su alimentación, de su actividad, de su placer, de la primera idea arquetípica que unía sexo, corazón y mente".°

A diferencia de la historia oficial en la que se habla de grandes héroes y personajes brillantes, la historia del pueblo se ha escrito en las paredes de los baños, en los muros de las ciudades, en los autobuses y monumentos, haciendo alusión a su propia visión sobre los sucesos sociales y políticos, sobre su sentir personal y sobre sus grandes fantasías, dejando huella de una información que quizás irritará a una gran mayoría por su carácter espontáneo y atrevido.

\* "El nuevo muralismo: garabatos, mensajes anónimos y mdre y media". Suplemento de la revista Siempre. No. 1080.  
° Op. Cit.

La rapidez, la protesta, la transgresión, la clandestinidad, el ámbito público y la espontaneidad son las características de los graffitis. Es importante resaltar el carácter espontáneo de los graffitis, pues a



diferencia de la propaganda, se efectúan sin una conciencia u objetivos definidos. La rapidez con que se escriben los hace sobresalir dentro del paisaje urbano, dado que en la clandestinidad va implícita una transgresión al orden establecido.

Los graffitis son la expresión más censurada por realizarse en muros y baños públicos, autobuses y propiedades privadas. De tal manera que el acto de escribir

graffitis es realizado clandestinamente por autores anónimos quienes desean hacer público un sentimiento o idea sin comprometer a individuos, haciendo en cierto modo universal lo dicho, lo visto, lo leído, ya que una gran mayoría tiene acceso a tales mensajes.

#### SIEMPRE INCONFORMES

La aparición del graffiti se remonta a la vida de los griegos, quienes ya escribían sobre monumentos y calles de la ciudad sus frustraciones, odios, fantasías o sentimientos que no dirían a sus seres más queridos o amados. Los estudios realizados sobre los graffitis de la Antigua Atenas han sido valiosos porque demuestran los pensamientos, inquietudes y la historia de su propia escritura.

Es posible que los graffitis existieran antes de la era greco-romana pero es hasta los griegos cuando el común de la gente aprende a escribir. Los jeroglíficos egipcios no dicen mucho sobre lo que pensaba el hombre de la calle. El común de la gente no tenía una voz hasta que la escritura se hizo popular.

Los romanos también escribían graffitis, algunos de ellos obscenos, sobre las paredes de los baños públicos,

por lo que las autoridades tomaban medidas para acabar con estas prácticas: solían colocar imágenes de deidades que hacían alusión a la cólera de éstos sobre aquél que se atreviera a profanar lo que debía respetar como ciudadano romano.

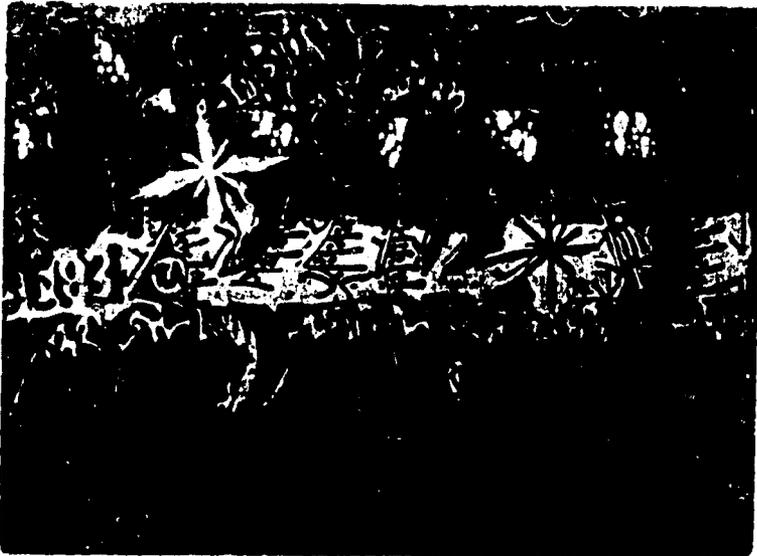
En Inglaterra, durante el Renacimiento, los graffitis fueron creados por reyes, santos y estudiantes que esperaban ser ejecutados por razones políticas o religiosas. La mayoría de las inscripciones eran realizadas con las uñas o con su propia sangre para expresar sus últimos pensamientos y confesiones.

En el siglo XX, los graffitis aparecieron con más fuerza a finales de los años sesenta en Francia, Estados Unidos y México. Los movimientos estudiantiles motivaron su aparición. A mediados de la década de los setenta las pandillas juveniles de Nueva York crearon un nuevo lenguaje sobre los muros públicos y los túneles del metro. Posteriormente los graffitis son considerados como arte y se crean asociaciones dedicadas a la elaboración de graffitis sobre telas y a innovar las técnicas de su realización.

En México, el graffiti de bandas surge a raíz del movimiento cholo extendido por algunos estados de la República y es palpable en las zonas marginadas del

Distrito Federal a principios de la década de los ochenta. Durante la primera mitad de 1985 la inscripción de graffitis realizada por las bandas juveniles del Distrito Federal cobra mayor significación puesto que su práctica pone en entredicho la supuesta atención que tuvieron en los jóvenes marginados las diversas instituciones del país con motivo del Año Internacional de la Juventud.

Aunque las condiciones socioeconómicas de México y Estados Unidos son muy diferentes, los graffitis realizados en Nueva York han servido como modelo en la adopción de esta práctica en México. Por eso hay que resaltar los puntos en los que coinciden y las diferencias de un fenómeno palpable en ambos países. La referencia es la ciudad de Nueva York.



Los autores de graffitis en Nueva York provienen de varias razas y nacionalidades pero principalmente se trata de negros y latinoamericanos marginados. La mayoría son jóvenes entre 14 y 15 años.

Aunque predominan los graffitis realizados por varones, existen también grupos de chicas que han dejado sus huellas en numerosos y famosos monumentos de Nueva York.

Entre las características más sobresalientes de los autores de graffitis de Nueva York se distinguen la tradición, el lenguaje, las técnicas de escribir, y sobre todo un orgullo por el argot que ellos mismos han creado. También hay que resaltar la habilidad física que poseen los creadores de graffitis para correr, saltar bardas y esconderse después de marcar algo sobre un muro.

Muchas veces los autores de graffitis tienen un gran interés por el arte, el cual los motiva a seguir estudios de caricaturistas o animadores. Asimismo se interesan en las técnicas de ilustración, fotografía, caligrafía y pintura; o bien, se interesan por reconocerse a sí mismos como la versión actual de los hombres de las cavernas, quienes dibujaban animales hasta el fondo de sus cavernas con el fin de que se conservaran por muchos años, para

enseñar a sus hijos y demás descendientes las estrategias de cacería y mostrar su propia cultura.

De igual forma, los jóvenes se internan en lo más hondo de los túneles del metro para dejar huella de sus creaciones y de su nueva cultura. Existe la creencia entre los autores de graffitis que ellos están embelleciendo la ciudad con esta práctica.

Los nombres que marcan sobre las paredes no son reales, sino apodos que se basan en los nombres de pila, las calles donde viven y el carácter o personalidad de quien los escribe. Por lo regular se trata de nombres cortos (de menos de cinco letras) para poder escribirlos con rapidez y sean recordados fácilmente.

Los "Toys" son una clase inferior de practicantes de graffitis, puesto que no tienen un estilo propio. Sólo pintan por pintar; sus inscripciones no tienen ninguna trascendencia porque carecen de estilo, color, diseño y popularidad. Afirman algunos jóvenes: "para los verdaderos autores de graffitis es muy importante el talento y la experiencia".\*

\* Getting up Subway Graffiti, New York. p. 67

MUCHAS LETRA Y MONITOS.

Como antecedente muy importante del tipo de comunicación popular existente entre los jóvenes marginados, el cholismo es uno de los fenómenos sociales que posee características muy representativas del sentir juvenil actual.

El cholismo tiene su origen entre los jóvenes marginados chicanos y mexicanos. Este fenómeno es ciertamente la herencia cultural de lo que fueron los pachucos en los años cuarenta. Así, desde California se ha extendido este movimiento hacia el suroeste de Estados Unidos; y en México a Baja California, Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Jalisco, Michoacán y el Distrito Federal.

Al igual que los pachucos, los cholos sufren de la imposibilidad de satisfacer las necesidades creadas por la sociedad consumista norteamericana. Lo cual propicia una respuesta violenta de parte de los cholos hacia todo el orden social y se expresa de diversas formas: desde la violencia, hasta comportamientos, lenguaje y vestimenta propios.

Los graffitis y la vestimenta son las manifestaciones más sobresalientes de los grupos cholos. La "placa o placazo", llamada así por los cholos, es conocida por los antropólogos como graffitis: "El graffiti cholo constituye lo que en antropología se denomina un elemento de comunicación insider, es decir, hacia el interior de una comunidad selecta". \*

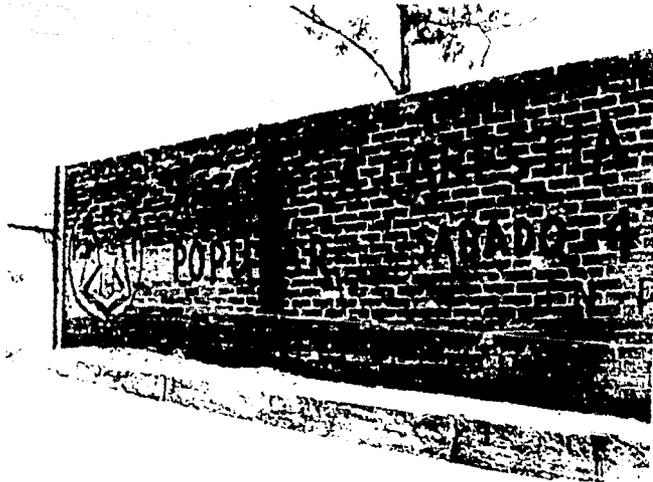
La acción de pintarrapear paredes se convierte en una agresión contra la propiedad, generándose así entre sus autores un sentimiento de autoridad no sólo sobre los demás grupos marginados, sino sobre la moral y el orden establecido.

En su afán de distinguirse entre los demás jóvenes, los cholos procuran romper con los patrones culturales, creando su propio lenguaje a través del caló y los graffitis. Asimismo, la indumentaria constituye una manera de darse a conocer como grupo diferente.

Los graffitis muestran las pasiones, frustraciones, anhelos y fantasías del hombre. Los más comunes son de tipo económico-políticos, sociales, filosóficos, sentimentales, sexuales, humorísticos y pandilleriles.

\* "El Cholismo en Michoacán" de Gustavo López Castro en Revista de Estudios sobre la Juventud. CREA. Enero-marzo 1984.

Los graffitis de tipo politico-económico demandan alzas salariales, organización de sindicatos, manifestaciones públicas, rechazo a políticas gubernamentales, y son realizados por trabajadores, sindicatos, estudiantes y



organizaciones independientes.

Los de tipo social mencionan aspectos de la vida moral y social urbana, revelando o asociando personajes populares con temas actuales. Hablan sobre los derechos de la mujer, sobre la música, sobre el racismo, la religión, etc.

Pretendiendo manifestar una posición precisa sobre la vida, los intelectuales y estudiantes hacen uso de los graffitis. En ocasiones citan pensamientos de escritores,

militantes políticos o cantantes de rock. Algunos son propios.

Por otra parte, las inscripciones de tipo sentimental son marcadas en árboles, piedras, monumentos y paredes. Tienen una connotación amorosa que van desde corazones con las iniciales de una pareja hasta poemas y declaraciones fatalistas.

Los sexuales son más comunes en el interior de los baños públicos y son considerados por algunos psicólogos como masturbaciones psíquicas seguidas de masturbaciones físicas. "La exhibición de dibujos relacionados con órganos sexuales reflejan una ansiedad de exponerlos en público para calmar la ansiedad de quien los dibuja." \*

Como simple diversión los graffitis humorísticos procuran ridiculizar personajes o hacer mención de situaciones chuscas.

Los graffitis pandilleriles se reconocen fundamentalmente por el nombre de la banda o el apodo del líder; los nombres de grupos de rock son también elementos distintivos de la banda. Sin embargo las bandas además hacen demandas en contra de las redadas y la represión policiaca.

\* Robert Reisner, Two Thousand of Wall Graffiti. p. 111

## II. El graffiti en Santa Fe.

### AQUI EN SANTA FE.

La subdelegación Santa Fe es una comunidad urbana representativa de los principales problemas económicos y



sociales que padece la Ciudad de México. Santa Fe se encuentra al poniente del Distrito Federal, ubicada en la delegación Alvaro Obregón, y se caracteriza por sus "sus profundas cañadas con hilillos de aguas que corren por cauces que en otros tiempos fueron ríos transparentes como el Tacubaya y el Becerra"; terrenos minados, resultado de la

extracción de arena y grava, suelo en grandes elevaciones donde se erigen viviendas poco habitables.

Santa Fe comprende aproximadamente sesenta colonias en



las que se hallan más de 250,000 habitantes. Colinda con la carretera a Toluca y contrasta con la zona residencial Lomas de Santa Fe (prolongación Reforma).

El tiradero de Santa Fe es la zona paupérrima por sus viviendas improvisadas en las que prevalece un alto grado de contaminación e insalubridad como en las colonias Presa Sección Hornos, el Pocito y Bonanza.

Otro grupo de colonias se hallan en terrenos menos peligrosos pero sus viviendas son de autoconstrucción no cimentadas.

Por otra parte se encuentran las unidades habitacionales Santa Fe del IMSS y Lomas de Becerra del FOVISSTE las cuales cuentan, a diferencia de las otras colonias, con muchos más servicios, como centros de salud y una tienda comercial.

El Casco, antes conocido como el pueblo de Santa Fe fue fundado en 1531 por Vasco de Quiroga. La avenida principal por la que se vierten a ambos lados la mayoría de las colonias lleva su nombre.

Entre los mayores problemas urbanos de Santa Fe se cuentan la contaminación proveniente de las fábricas de pólvora, mosaico y agujetas; y del continuo tránsito de camiones materialistas sobre la avenida Vasco de Quiroga, que crea un ambiente difícil de sobrellevar en la vida diaria de sus habitantes.

La insuficiencia en el transporte propicia desajustes económicos de los transeñtes, pues al no pasar autobuses, es necesario tomar pesero para transportarse de una colonia a otra.

El servicio de seguridad, vinculado con la proliferación de pandillas causa uno de los problemas más difíciles de resolver, ya que las redadas no han dejado de practicarse desde la campaña en contra de los Panchitos originada en 1981.

Asimismo la falta de parques, cines y centros recreativos por esta zona ha contribuido al ocio y vagancia de los jóvenes que en su mayoría son desempleados.

En Santa Fe no existen grandes extensiones de tierra. El uso de la tierra es predial de aproximadamente 350m<sup>2</sup> y la mayoría son propietarios de sus predios.

El abastecimiento de agua esta a cargo de dos tanques principales: Tanques Madereros y Tanque de la Curva donde empieza la distribución por medio de tuberías de diferentes diámetros a las casas habitación. También se localiza un depósito de agua en el Casco de Santa Fe y parte de Tacubaya.

La población de Santa Fe está compuesta principalmente de obreros, artesanos y estudiantes. El comercio consta de mercados, tianguis, negocios para materiales de construcción y refacciones de automóviles, así como diferentes tiendas de servicio: misceláneas, farmacias,

panaderías, tortillerías, etc. Aunque Santa Fe cuenta con mercados, tiendas de ropa, productos de tocador, limpieza, papelería y zapaterías, las amas de casa prefieren hacer sus compras en Tacubaya por ser ahí donde encuentran más



surtido y precios más bajos.

En el Casco de Santa Fe, el que se considera el centro de Santa Fe, hay una tienda Conasupo, dos centros de salud: uno perteneciente al IMSS y el otro a la subdelegación en la cual se encuentra el Registro Civil y el servicio de vigilancia. Asimismo el Casco cuenta con tres escuelas primarias oficiales, dos jardines de niños, dos secundarias y una escuela primaria particular con jardín de niños.

La mayoría de las colonias tienen los más elementales servicios de agua, luz y teléfono. Sin embargo algunas como la Ampliación la Mexicana, Las Palmitas y Chinchas Bravas carecen del último servicio y se ven afectadas tanto por la altura que toman las calles en forma de barrancas y las cuales hay que subir por varios escalones como por la falta de pavimentación.

Con respecto a los problemas que más afectan a la población de Santa Fe, el periódico La Pared publicado por jóvenes de la comunidad expresa lo siguiente:

"Nuestra idea sobre las condiciones que debe reunir una comunidad para habitarse dignamente son mucho más amplias; y así deben sumarse a los servicios las siguientes características: Areas verdes de esparcimiento y recreo. Areas deportivas para ejercitar el organismo. Zona comercial y de fácil adquisición de alimentos básicos (tortilla, pan, leche, carne, verduras, etc.) Zona cultural que permita conocer las diferentes expresiones artísticas. Zonas escolares en todos los niveles que satisfagan la necesidad educativa de todos los habitantes. Y así nos entendemos (Aunque parece que estoy describiendo a las Lomas de Chapultepec o el Pedregal de San Angel o en fin donde viva cualquier empresario, diputado o funcionario, pero bueno yo nadamás decia)". \*

\* Periódico La Pared No. 3.

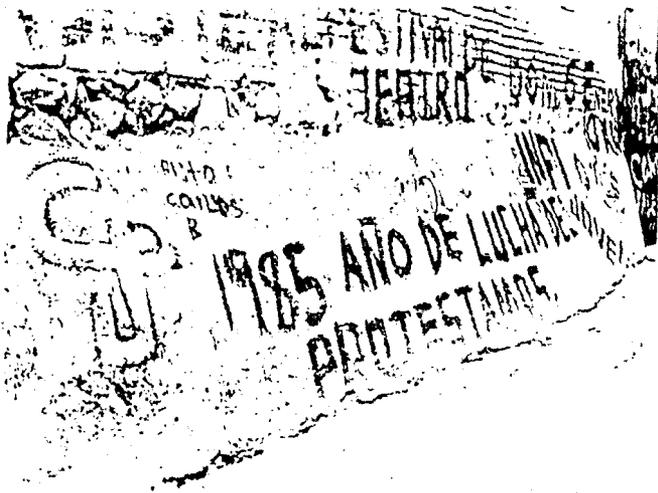
La tradición más arraigada en Santa Fe está relacionada con las fiestas de la iglesia el 15 de agosto cuando llevan en procesión a la Virgen de la Asunción; adornan las calles y la mayoría de la comunidad participa recibiendo en sus casas a la gente que lleva a la virgen. Se da más realce a esta fiesta con música, ferias, juegos mecánicos y puestos de antojitos. Es costumbre que se lleve la efigie de la virgen a visitar todas las colonias de Santa Fe durante esta época. \*

En cuanto a entretenimientos, hay que señalar la falta de teatros, cines y centros recreativos en la zona de Santa Fe, por lo que sus habitantes tienen que salir a Tacubaya u otros lugares para poder esparcerse en sus ratos de ocio. O de otra forma, acudir al agrupamiento de dos o más para tomar en cantinas, jugar con aparatos de video en algún establecimiento, o bien reunirse con la banda en cualquier esquina.

La actividad cultural de los jóvenes en Santa Fe es promovida por el Consejo Popular Juvenil (CPJ). Organos informativos, grupos de teatro, formación de cooperativas y la inscripción de graffitis son los medios por los cuales dan a conocer las inquietudes de "los chavos banda".

\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe.

El Consejo Popular Juvenil, constituido en 1982, es una organización independiente que propone alternativas para mejorar las condiciones de vida de los jóvenes, a través de la organización y participación de estudiantes,



desempleados y bandas. El Consejo opera en las zonas de Nezahualcoyotl, Magdalena Contreras, Iztapalapa y Santa Fe. Es en esta última donde su actividad ha reivindicado las labores productivas y culturales de muchos jóvenes. Entre los proyectos más sobresalientes propuestos por el CPJ se cuentan la formación de cooperativas conejeras, de ladrillo y bolsas con el fin de crear fuentes de trabajo. \*

\* Información proporcionada por Adrián Atilán del CPJ en junio de 1985.

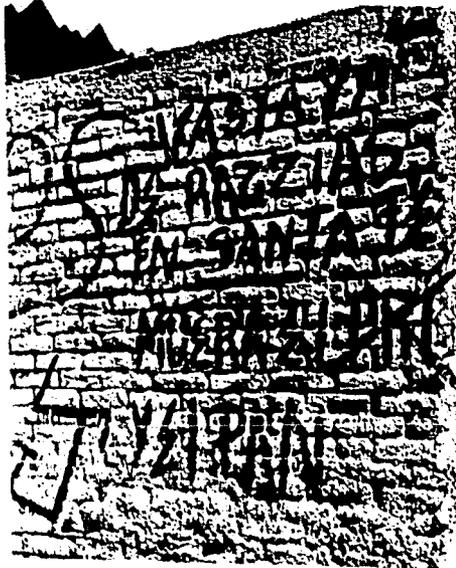
Además de la formación de grupos de teatro, los jóvenes han elaborado los libretos cuyo contenido denuncia la problemática de "los chavos banda". Las obras se representan en teatros oficiales o en la calle y tratan temas sociales como el movimiento estudiantil del 68 y la gestación de bandas: "Suerte que eres joven", la problemática familiar de un chavo banda: "El Espejo", las actividades en 24 horas de un integrante de la banda: "El Apañón", y el enfrentamiento de los jóvenes en banda con las instituciones escolares, centros de integración juvenil y tribunal para menores: "Denuncia con conciencia".

Por otra parte el CPJ creó el órgano informativo "La Pared" en el cual se han publicado temas de análisis, testimonios y poesías. "El Bravo", suplemento cultural en el que la banda tiene oportunidad de publicar su poesía. "Más grueso que un ladrillo" es el nombre de una historieta de dibujos animados que informa sobre las actividades del Consejo.

Los graffitis que han escrito los integrantes del CPJ en varios muros de Santa Fe hacen un llamado de atención a la comunidad sobre los problemas sociales que enfrentan los jóvenes en su vida diaria.

B. EL CARACTER REBELDE DEL GRAFFITI.

Uno de los principales motivos de comportamiento antisocial de las bandas en Santa Fe es la represión a la



que se ven sometidas bajo el efecto de las redadas policíacas. Sin causar perjuicios, los jóvenes se ven sorprendidos por páneces que los conducen de una manera violenta a la delegación, acusados de pandillerismo por el simple hecho de reunirse en la calle para escuchar música o intercambiar impresiones.

Asimismo los padres de familia sienten vergüenza e impotencia al saber que sus hijos forman parte de las bandas. Don Rogelio Martínez, carpintero de oficio y padre de familia de tres adolescentes y dos pequeños califica a los jóvenes de Santa Fe así: "Los jóvenes de hoy en día son muchachos sin orientación dedicados a la vagancia, a tomar, pintarrapear paredes y robar. En vez de dedicarse al estudio sólo se ponen a oír esos aparatos tan ruidosos y a imitar todo lo que ven en la televisión y el cine. Mire usted -dice don Rogelio señalando una caseta de periódicos marcada con dibujos de punks e inscripciones de varias bandas- ¿No da pena tener estas calles a causa de estos vagos sinvergüenzas?. Yo, por ejemplo, les digo a mis muchachos que las malas compañías no les van a dejar nada bueno porque se juntan en pandillas y nomás andan de ociosos, no saben comportarse ni vestirse".\*

También la comunicación familiar se debe principalmente a la madre, pues es ella la que permanece más tiempo en el hogar y con la que se tiene más oportunidad de hablar de los gustos y problemas de sus hijos. Sin embargo, no todos los jóvenes tienen la suficiente confianza para hablar de lo que les acontece con los miembros de su familia.

\* B. González Lima, entrevista realizada en marzo de 1985 en Santa Fe.

Roberto Munguía, estudiante de segundo de secundaria, hermano mayor de cinco hijos habla de la comunicación entre él y su madre que es costurera, pues su padre frecuenta muy poco su casa. "No, pus con mi jefa la cotorreo más o menos



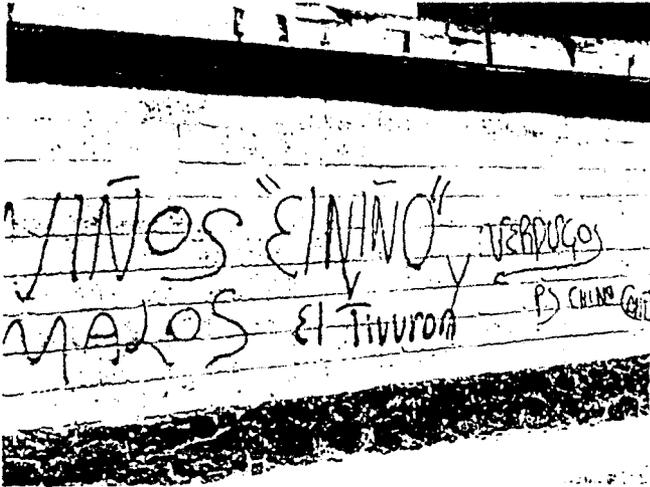
porque ella es la que está más en la casa. A principio platicamos de los vecinos, de los parientes, de lo cara que está la vida, pero luego luego empieza a quejarse de todo y se agandalla conmigo que no ande por ahí nomaś de vago con mis amigotes, que me ponga a trabajar y esas ondas". \*

Estas continuas demostraciones de censura traen como consecuencia una serie de rechazos de los jóvenes a todo

\* B. González Lima, entrevista realizada en abril de 1985 en Santa Fe.

tipo de institución: familiar, escolar, judicial o religiosa,  
y que posteriormente canalizarán en actos delictivos,

Reconociéndose a sí mismos como seres indeseables



emplean nombres para la banda con connotaciones negativas,  
las cuales producen miedo, rechazo, ira. Existe un afán de  
causar ansiedad entre los miembros de la comunidad para  
darse a respetar. De igual forma, establecer una  
identificación social con "lo malo" con el fin de que se  
distingan fácilmente dentro de la estructura social.

Para la banda el personaje del "malo" es considerado como  
más inteligente que el "bueno", con más ingenio y

creatividad. Es así como la banda juega con los estereotipos más comunes con el fin de producir un contrapeso moral poniendo en duda o ridiculizando su caracterización: "SANTA CLAUS ES PUNK", "I LOVE CARO QUINTERO".

Por tanto, el graffiti se convierte en una exhibición para autoafirmarse dentro de una práctica antisocial pero que al mismo tiempo tiene una validez lúdica (de juego), de entretenimiento.

Los graffitis en Santa Fe son de carácter pandilleril primordialmente. Aunque existen también otros de tipo social y político realizados por las bandas y el Consejo Popular Juvenil.

Los nombres de distintas bandas son marcados con aerosol en distintos lugares: casas particulares, escuelas, negocios, terrenos baldíos, postes, casetas de periódicos e incluso en el suelo.

En su mayoría los graffitis se realizan con escritos en español e inglés, que se refieren a nombres de bandas, nombres propios, apodos, grupos de rock, protestas en contra de las redadas, festejos sociales como la navidad, enunciados humorísticos, declaraciones amorosas y algunas demandas de tipo político y económico. Pero también hay

graffitis con imágenes (dibujos) de varios personajes y estereotipos como punks, piratas, vikingos, calaveras, gatos y escorpiones.



Los símbolos más vistos como graffitis son banderas de Inglaterra, el símbolo de amor y paz, algún logotipo de la banda como dos hachas atravesadas (Verdugos) y la boca mostrando una gran lengua: el logotipo del grupo de rock inglés The Rolling Stones.

Las bardas de Santa Fe han sido, durante los cinco primeros meses de 1985, transformadas por las bandas y los partidos políticos. En un principio las bandas y el Consejo Popular Juvenil eran las únicas dueñas de estos espacios.

Después, poco a poco, los diversos partidos políticos se apropiaron de las principales bardas de la Avenida Vasco de Quiroga en vísperas de las elecciones para diputados, despintando varios metros para colocarse como primeros a la vista de todos.



### C. LOS SALVAJES, VERDUGOS, GUERREROS, BRITANICOS...

La edad promedio de los jóvenes que forman bandas en Santa Fe es de 18 años. En su mayoría la banda está constituida por varones que se dedican ya sea al estudio o el trabajo.

El total de los integrantes que forman la banda varia según las condiciones sociales de cada uno de los jóvenes. La edad, el matrimonio y los problemas económicos o familiares contribuyen a su desintegración. Sin embargo en términos generales, fluctúa una cantidad entre quince y cuarenta elementos.

En Santa Fe existen aproximadamente de quince a treinta bandas. La más importante, según las otras bandas, es la de los Verdugos debido a la popularidad que han adquirido a través de la agresividad con las demás bandas y la policía. También se ha dado a conocer por las numerosas inscripciones (graffitis) de su nombre y logotipo en los muros. Por otra parte, el número de integrantes de los Verdugos es mayor a la de las otras bandas.

La participación de la mujer en la banda sólo es complementaria. A pesar de que casi todas las bandas incluyen chicas, éstas no comparten todo el tiempo con los muchachos porque se dedican a las labores del hogar o no se les permite salir de sus casas con tanta frecuencia como a ellos.

De tal forma que las muchachas entrevistadas fueron solamente cinco, las cuales eran novias de alguno de la

banda o simplemente amigas que se reunían con ellos sólo por una o dos horas.

A diferencia de los hombres, ellas contestaban cada pregunta de manera cohibida y con mucha inseguridad.



La agrupación en banda se debe a la necesidad de participación e identificación de niños y jóvenes, quienes buscan expresar más libremente sus estados de ánimo en la calle.

Así, los niños se reúnen espontáneamente para jugar canicas o fútbol y van creciendo en grupo con otros parecidos a ellos en edad, gustos y problemas. Al llegar a los 14 años de edad los adolescentes se dan cuenta de que forman parte de una banda en la que tienen mayores oportunidades de manifestarse y buscan su reivindicación mediante diversas prácticas.

"Yo empecé a reunirme con la banda pus en el cotorreo, en las tocadas y reuniones que teníamos en la calle, pus ahí nomás en el cotorreo, por convivir un poco con mis cuates."- dice un integrante de Los Niños Bolivianos, de 21 años de edad. \*

El rock, tan comercializado últimamente es un símbolo que veneran desmedidamente y es notorio en cada una de sus características como elementos de la banda: los cortes de cabello, las pintas, la indumentaria, las tocadas de rock, etc.

\* B. González Lima, entrevista realizada en abril de 1985 en Santa Fe.

Por las tardes, casi al anochecer el rock se percibe fácilmente en las calles de Santa Fe entre los círculos de chavos banda que llevan consigo un aparato de radio o grabadora. El rock representa un medio de identificación estimulante que da salida a sus tensiones económicas, sociales, pero sobre todo emotivas.

En la Revista de Estudios sobre la Juventud aparece una investigación sobre la importancia emocional de la música en los jóvenes y afirma que: "La música, como el juego, adquiere su validez fuera de las normas de la razón, del deber y la verdad. Por lo tanto, sus pautas corresponden tanto al juego como a la música, siendo sus factores principales el ritmo y la armonía. Se establece por ello, una relación directa entre la música y el juego, porque la música proporciona -según Aristóteles- recreo espiritual y conocimientos. Asimismo con la danza nos encontramos dentro de las fronteras del juego; estableciéndose entre ambas una relación de identidad de naturaleza. Se puede afirmar que la danza es una forma particular y especialmente completa del juego".

Como actividad primordial de la banda mencionan ellos mismos: "el cotorreo y el desmadre". El cotorreo puede ser variado ya sea que se trate de una simple conversación o

\* "Cultura y Deporte" en Revista de Estudios sobre la Juventud No. 8.

escuchar música, bailar, fumar marihuana, tomar cerveza y marcar graffitis en donde haya un espacio visible. El desmadre consiste en prácticas deliberadamente audaces que sobrepasan el consentimiento del común de la gente: romper vidrios, asaltos, riñas.

La comunicación entre las bandas se da por medio de silbidos. Es su más elemental medio de comunicación. Cada banda tiene un silbido diferente que emplean para reunirse en las tocadas de rock. Los graffitis también son un medio de comunicación para hacer patente la existencia de otras bandas y reconocer en ellas sus características propias. La mayoría de graffitis en Santa Fe son realizados por las bandas en grupo, ya que de esa forma tienen oportunidad de esconderse entre los otros y avisar si se acerca la policía. Pocas veces lo hacen individualmente.

Los graffitis van dirigidos especialmente a las bandas, sin embargo tienen mayor significación cuando son leídos por todo el público, en la medida que se dan a conocer como grupos de jóvenes con manifestaciones diferentes a las convencionales y que prefieren o rechazan ciertos valores. Algunos graffitis expresan protesta y son escritos en contra del Gobierno y la policía.

Aproximadamente a las siete de la noche las calles vacías de Santa Fe se van llenando de jóvenes que salen de sus casas en busca de algo. Después de media hora el ambiente contiene fuertes sonidos musicales, carcajadas y



cantos en coro interpretando a los Doors o al Tri. Resaltan a la vista sus danzas compuestas de saltos y como escenografía, muros revestidos de leyendas alusivas al rock, a las bandas de por aquí y por allá, a la ley y otras ocurrencias más.

En medio de este ambiente Miguel Ramírez, que se hace llamar el Cuyo, ayudante de pintor, hijo de una familia de siete integrantes, responde a principio con cierta

desconfianza, después se muestra interesado por las preguntas:

-¿Por qué escogen las paredes y lugares públicos para decir algo?

-No es que lo escogamos, sino que es lo más fácil para dirigirse al pueblo.

-¿Crees que realmente se están comunicando con el pueblo?

-Chale, ¿comunicando? yo no se pero de otra forma no nos hacen caso.

-¿Por qué?

-Pues quién sabe.

-Bueno, ¿entonces qué se consigue al hacer una pinta?

-¿Qué se consigue? nada. Yo por ejemplo busco una identificación.

-¿Identificación con quién?

-Pus con los demás.

-¿Quiénes?

-Mis cuates

-¿Y si no haces pintas no te identificas con ellos?

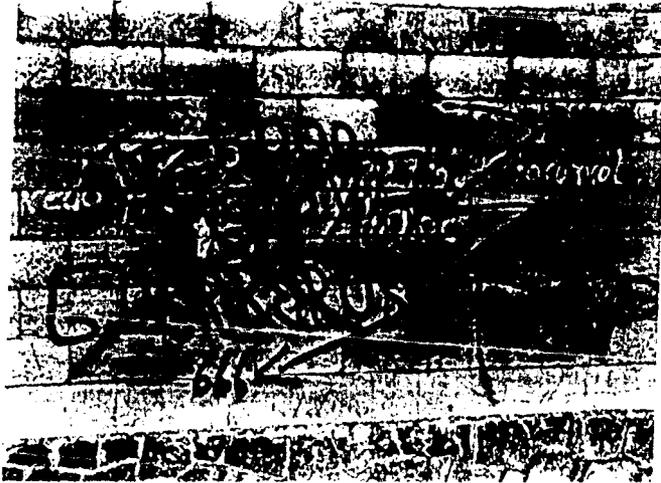
-Sí pero la pinta es más significativa.

-¿Por qué?

-Porque es parte del paisaje urbano. Ahora si como quien dice las bardas son nuestro elemento de camino. \*

\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe.

Lo más común en graffitis es el nombre de la banda con los respectivos apodos de sus integrantes. ¿Pero qué motivos tienen para hacer esto? Marco Antonio González, integrante de los Salvajes responde:



-Escribimos el nombre de la banda para que todo mundo sepa que estamos vivos, para hacernos famosos en todas partes.

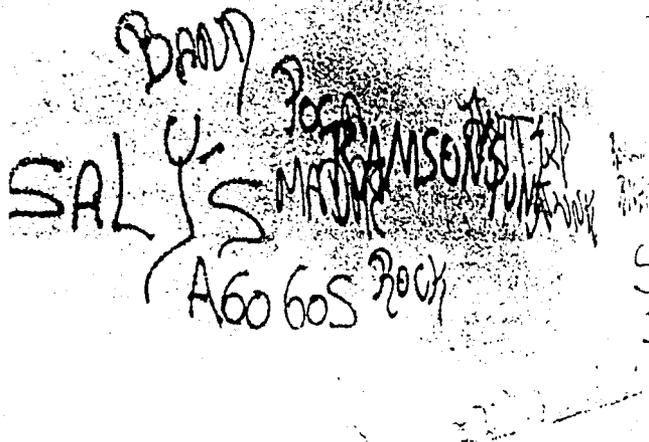
-¿Para qué quieren hacerse famosos?

-Para darnos a respetar y que conozcan nuestro territorio. además pues para que se diga algo de la banda.

-¿Como qué?

-Si, que sepan que existimos en grupo y que sentimos afecto por la banda.

-¿Les interesa darse a conocer entre las demás bandas por medio de las pintas?



-Si

-¿Por qué?

-Para que nos identifiquen fácilmente y muchas veces para hacer enojar a las otras bandas que quieren ser las únicas que se vean en las bardas.\*

Los graffitis de protesta están dirigidos principalmente a la represión policiaca. Andrés Baldovinos perteneciente

\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe.

a la banda de los Verdugos explica la razón de escribir graffitis de este tipo:

"Si, pues que todo mundo sepá que la juventud forma parte de la población porque luego nomás ni se nos toma en cuenta, que disque no tenemos experiencia en muchas cosas y nos niegan todo . Por eso uno ni tiene trabajo. También la ley anda como perro detrás de nosotros, así siempre nos cogen sin hacer nada y es que a la policia le conviene que haya bandas para sacarles plata; chale les gusta andar ahí apañando." \*

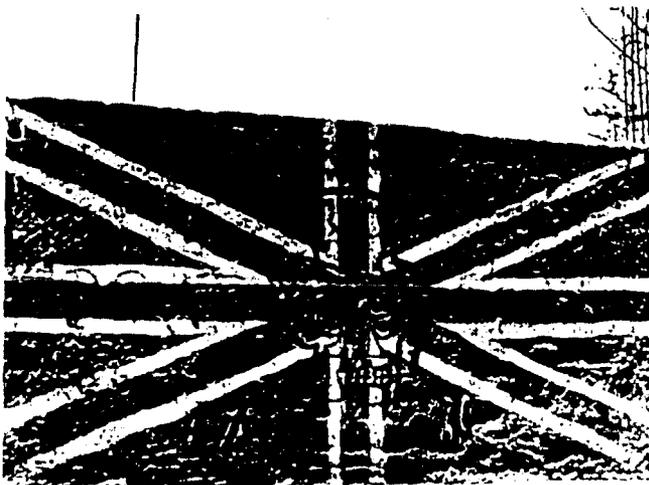
Con la ayuda del aerosol, producto relativamente barato, de fácil y rápido uso, los jóvenes realizan numerosos graffitis con logotipos y figuras de punks, así como nombres de grupos de rock. Un integrante de los Salvajes explicó:

"Si los chavos pintan una bandera inglesa es porque dicen que Inglaterra tiene el mejor rock del mundo. A mi en lo personal me gusta más el rock nacional. Hay un grupo que es muy chingón que se llama la Granja pero todos los de la banda dibujan un pollo que le dicen el "Pollito Inglés" disque para que vean que es rocker y que tienbe muchos huevos".\*

\* B. González Lima, entrevistas realizadas en junio de 1985 en Santa Fe.

Otro joven perteneciente a la banda de los Británicos señaló:

"Dibujamos el símbolo de amor y paz porque sabemos convivir y cuando pintamos un punk es para que se vea que nos gusta el rock".



Por otra parte un integrante de la banda que se hace llamar Bad Company dijo:

"Escribimos un grupo de rock para que todo mundo lo conozca y que nos identifiquen con su música pero no para que se quemé, sino para expresar que uno es bien rocker y pues siempre es bueno recordar a un grupo de rock, ¿no?". \*

\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe.

En una calle solitaria de la colonia Ampliación la Mexicana Jesús Saldivar acompañado de cuatro jóvenes, acepta sin dificultades ser entrevistado:

-¿Hay algún momento en especial que te motive a pintar algo en las bardas?

-Sí, cuando estoy contento, en el desmadre, ¿no?

-¿Sólo cuando estás contento?

-No, o sea que cuando siento necesidad de expresar lo que quiero.

Sentado en la banqueta, con la mirada baja y rascando el pavimento con una bara, Jesús sigue contestando:

-¿Y por qué en la pared?

-Porque ahí lo ve todo mundo.

-¿No te gustaría mejor decírselo sólo a una persona en especial?

-Nel, ¿pues a quién?, luego dicen que estoy re loco.

-¿Por qué?

-Porque ando con la banda y dicen que ando ahí nomás de vago sin hacer nada bueno.

Otro de los jóvenes añadió:

-También si la ley se pone gruesa a uno le dan ganas de mentarles la madre y pues la única forma es con pintas (lo interrumpe la risa que le provoca decirlo y continúa). Y si andas pacheco como que te atreves más.\*



\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe

Sin oportunidades de expresar sus inquietudes a alguna institución, las bandas recurren a sus propias formas de organización y comunicación ya que los medios masivos de comunicación no representan una alternativa de participación entre jóvenes en la medida que están produciendo sólo mensajes de tipo vertical dirigidos a la juventud pero con fines consumistas.

Las únicas opciones para manifestarse a través de una institución son los foros, conferencias y operaciones callejeras (tocadas de rock que organiza la delegación Alvaro Obregón que se efectúan en distintas colonias de Santa Fe). Sin embargo, no tienen mucha confianza en este tipo de eventos porque es obvio que se pretende ejercer un control más fuerte sobre ellos induciéndolos a hacer sólo lo que es aceptado institucionalmente. Un ejemplo claro es la prohibición de bebidas alcohólicas en las tocaditas de rock al aire libre, por medio de regaños disfrazados de consejos paternalistas poco convincentes.

Una de las actividades más arraigadas en el ánimo de la juventud de Santa Fe es el deporte. El fútbol soccer es lo que practican las bandas de manera continua como juego que recrea su tiempo libre y con el que comienzan a agruparse

desde niños. El futbol representa para los jóvenes una forma de manifestar su potencial físico y mental.

Al no haber campos deportivos y puesto que el deporte forma parte de la vida de Santa Fe, los jóvenes se ven obligados a improvisar canchas de futbol y volibol en la calle. Normalmente practican el futbol de manera espontánea, pero en ocasiones se organizan para llevar a cabo torneos en los que participan varias colonias de Santa Fe.

En cuanto a entretenimientos, la televisión no tiene mayor atractivo para las bandas, a menos que se trate de videos musicales de rock o en menor medida los deportivos y policíacos. Los programas cómicos no son vistos ni los de tipo cultural.

Los video clips al igual que otros programas de televisión muestran una juventud estereotipada y consumista (Chicas con lentes y minifaldas, el consumo desmedido de cassettes, discos, posters, revistas, o el uso de juegos electrónicos) pero con un gran número de audiencia debido a la publicidad que se promueve por radio y televisión.

¿Qué programa de televisión te gusta más?

-Musical.

¿Qué tipo de música?

-Pues rock pesado

¿Por qué?

-Porque la música me hace sentir bien chido, como que siento que estoy viviendo.

¿Qué te atrae de las imágenes mostradas en los video rock?

-Que hay mucha acción y que se combina muy bien con la música.

(Estudiante de preparatoria, integrante de Bad Company)

Los video de rock pesado proporcionan mensajes visuales y sonoros con un ambiente lleno de humo, fuego, lodo, monstruos, figuras diabólicas, hombres huyendo con ropas rasgadas, batallas, explosiones y demás símbolos caóticos con los que se identifican las bandas por sentir de manera similar este ambiente de lucha y sobrevivencia durante muchos momentos de su vida cotidiana.

De las cinco chicas integrantes de bandas con las que fue posible hablar dijeron que las telenovelas y los programas musicales son sus favoritos.

Las estaciones de radio más escuchadas por las bandas en Santa Fe son WFM (Música de rock pesado) y Radio Capital. Ambas estaciones emiten música en inglés. Por el

\* B. González Lima, entrevista realizada en junio de 1985 en Santa Fe.

contrario, la audiencia de música en español es mínima y la de ritmo tropical discriminada.

Inmersa en el mudo del rock, la banda se preocupa primordialmente por sus ídolos musicales. El rock nuevamente adquiere un carácter consumista a través de las revistas y carteles. La lectura les es indiferente y buscan, de preferencia, revistas con imágenes: fotografías de espectáculos, multitudes de jóvenes y cantantes de rock vestidos de manera extravagante que muestran revistas como "Conecte", "Sonido", "Rock Pop" y otras más.

Debido al ambiente hostil en el que se desenvuelven los jóvenes, la violencia forma parte de su vida cultural. A pesar de que es su principal enemiga, la requieren y generan para enfrentarse a la sociedad con sus mismas armas.

Aunado a esto, el cine influye en el comportamiento de muchos jóvenes que buscan a un ídolo con quien identificarse. En los años cincuenta estos ídolos eran representados por James Dean y Marlon Brando. Actualmente el tema de las bandas ha reunido a la música con la violencia causando mayor interés en los jóvenes: Naranja Mecánica, Los Guerreros, Mad Max, La Ley de la Calle, etc.

En Santa Fe lo que prevalece es el gusto por las películas de violencia, en seguida las musicales y de ciencia ficción.\*

Por otra parte, la banda no persigue ningún fin político, sus integrantes se mostraron adversos al oír temas sociales, de economía y de política.

La falta de instrucción escolar así como el bajo nivel cultural causado en buena medida por los medios masivos de comunicación en México (programas cómicos de televisión, programación saturada de música y anuncios comerciales por la radio, fotonovelas y periódicos alarmistas) han contribuido a que grupos juveniles como las bandas pierdan interés de conocer la realidad económico política del país, y por tanto que carezcan de una conciencia crítica que les permita organizarse para exigir mejores condiciones de vida.

Ante una serie de preguntas enfocadas a conocer sus impresiones sobre el papel que desempeña el Gobierno en cuanto a los problemas económicos de la sociedad afirmaron que el responsable de la actual situación económica es el Gobierno o el PRI pero que el Presidente y los políticos corruptos también han contribuido a acrecentar la crisis por la que estamos atravesando.

\* B. González Lima, entrevista realizada en agosto de 1985 en Santa Fe.

La mayor parte de jóvenes entrevistados no está de acuerdo con las medidas económicas que el Gobierno ha puesto en práctica porque la mayoría de productos de consumo básico suben de precio drásticamente y los sueldos siguen iguales. Otros dijeron estar de acuerdo, sin embargo sus respuestas no eran confiables pues la mayoría de ellos respondía con titubeos. Además en relación con lo que leen (noticias amarillistas, revistas musicales y fotonovelas), es probable que tengan un conocimiento limitado de lo que hace el Gobierno.

El aspecto más difícil de sobrellevar para las bandas de Santa Fe en el Distrito Federal es en primer lugar la policía (mejor conocida entre ellos como la ley, la tira, las razzias, los apañones), en segundo lugar el smog y en tercero la violencia. La basura, medios de transporte y la sobrepoblación casi no los mencionaron como problemas urbanos que les afecta directamente.

La actual crisis económica produce menos oportunidades de trabajo y la reducción del poder adquisitivo en el consumo de ropa y zapatos. Estos problemas son los que más afectan a la población juvenil en Santa Fe.

Pero atendiendo a los intereses inmediatos de los jóvenes, la dificultad de comprar cassettes, discos,

cigarros, revistas y accesorios de moda para vestirse representa un obstáculo en sus desenvolvimiento cotidiano. Aunque estos productos no son de primera necesidad simbolizan para ellos los medios a través de los cuales van a ascender a una clase social más consumista promovida por los mensajes comerciales que transmiten los medios masivos de comunicación.

En términos generales las familias están constituidas de cinco a nueve personas y muchas veces son sólo dos personas las que trabajan y ayudan al gasto familiar. Los medios de transporte más empleados son el autobús y el metro cuyo costo no altera sus posibilidades económicas. El dinero para sus gastos personales lo consiguen por medio de sus padres o trabajando y lo ocupan principalmente para ropa y zapatos. Sin embargo los artículos secundarios como bebidas alcohólicas, discos, posters, prendedores y revistas tienen entre ellos un alto índice de consumo.

Hay que resaltar por otra parte, la insatisfacción de las necesidades físicas básicas como la alimentación que repercute en el desarrollo físico y social del individuo. La leche y el pescado son lo que menos consumen los jóvenes de las bandas entrevistadas debido a la falta de educación

nutricional y a la raquítica situación económica de sus familias.

De esta manera, la malnutrición como la insalubridad son síntomas de pobreza que obstaculizan el desarrollo íntegro de los jóvenes.

Un factor más que influye en el desenvolvimiento de la juventud es su nivel de instrucción escolar. El grado de escolaridad de la mayoría de los integrantes de bandas es de secundaria. Algunos sólo alcanzan el nivel de primaria y no precisamente por la edad. Son muy pocos los que tienen un nivel de preparatoria y universidad.



¿ROCKERS O DISCO?.

La imagen de las bandas está muy relacionada con el vestir y el actuar de sus integrantes. Según ellos el concepto de moda no les agrada mucho. Sin embargo es muy común verlos con accesorios de moda como Arturo, alias el Chicolín de la banda de los Niños Malos quien usaba una argolla que atravesaba su oreja y un puño de piel negra en su muñeca.

-¿Cuando compras ropa te preocupa que sea de moda?

-No porque es re cara y es muy convencional, lo que conviene es comprar cualquier cosa que sea barata para después adecuarla como uno quiera.

¿Por qué no te gusta que la ropa sea convencional?

-Porque la mayoría de la ropa de moda es disco, no rocker.

¿Cómo es la ropa disco?

-Sí, como se viste Michael Jackson con camisa y chaleco, pantalones bombachos así que disque muy acá, muy catrines, los zapatos punteagudos y playera con su marca aquí que Chemisse Lacoste y Sergio Valente. Lo que saca de onda de estos cuates es que andan con sus patillas muy rasuradas.

¿Y las chavas?

-Ah, ellas con sus minifaldas y sus moños con colores  
chidos en la cabeza y sus tacones.

¿Y cómo se visten los rockers?

-Con camisetas oscuras, pantalones entubados que



nosotros mismos cosemos para ajustarlos a las piernas, tenis  
o botines, chamarra de cuero y pañoletas amarradas en los  
brazos y piernas.

¿Cómo se visten las chavas rockers?

-Las chavas se visten así también.

Por su parte uno de los Verdugos con aspecto punk (mechón  
abultado al frente y cabello largo en forma de

punta por atrás, con chaleco de mezclilla y pantalón roto de una de las rodillas) afirmó:

-A mi me gusta andar punk porque no todos andan así.

¿Entonces por qué tú te vistes así, dónde lo ves?

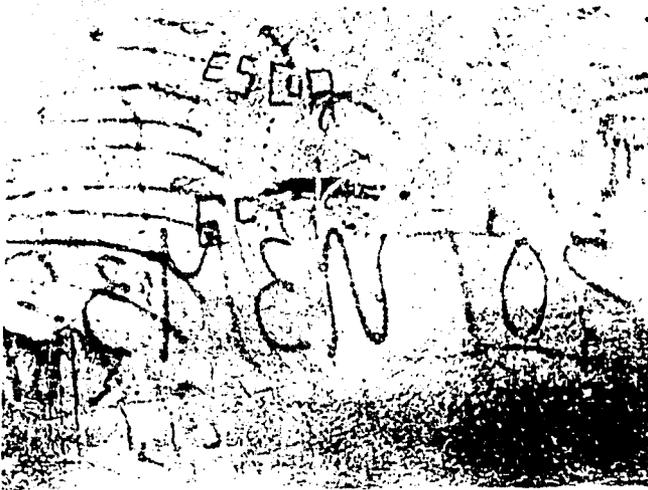
-En la tele y las revistas, los Sex Pistols son muy punks.

¿Tú eres el único punk de por aquí?

-Que siempre anda punk sí, pero en las fiestas y tocadas hay muchos. \*

\* B. González Lima, entrevista realizada en agosto de 1985 en Santa Fe.

Sus estados de ánimo depresivos los canalizan por medio de la música, recurren a las drogas y bebidas alcohólicas o buscan simplemente la compañía de la banda. Otros buscan recursos más relajantes como hacer deporte, leer, ver la



televisión, platicar de sus problemas con gente de confianza. En ocasiones se dedican a la realización de graffitis y en menor medida buscan la soledad ; una de las chicas entrevistadas dijo que el llanto era su única forma de desahogarse cuando se sentía deprimida.

No todas las bandas confiaban en responder con la verdad cuando se les preguntaba sobre el consumo de drogas.

Solamente la banda de los Guerreros FZ-5000 se mostró más

abierta y con cierto orgullo reconocían: "Si, le entramos al chemo (cemento) y a la mota (marihuana), pues para sentirse mejor ¿no?". Las demás bandas por no decir directamente que consumían alguna droga respondían tímidamente: "a veces".

### III. Comunicación.

#### INTENTANDO COMUNICARSE

Cualquier fenómeno social será explicado de una manera más completa si se sigue el método dialéctico iniciado por Hegel y que Marx lo desarrolla en función de las condiciones materiales de los hombres. El materialismo histórico considera a la sociedad como un todo articulado en el que los objetos y fenómenos se hallan orgánicamente vinculados unos a otros. Asimismo concibe a los fenómenos en constante movimiento y transformación debido a su contradicción interna. Otro elemento del materialismo histórico y dialéctico es el pensamiento abstracto, el cual consiste en la práctica social: relación continua entre teoría y práctica.

Así se expresa Marx cuando emplea el materialismo dialéctico para explicar las relaciones de producción de los hombres:

"En la producción social de su existencia, los hombres entran en relaciones determinadas, necesarias, independientes de su voluntad; estas relaciones de producción corresponden a un grado determinado de desarrollo de sus fuerzas productivas materiales. el conjunto de estas relaciones de producción constituye la estructura económica de la sociedad, la base real, sobre la cual se eleva una superestructura jurídica y política y a la que corresponden formas sociales determinadas de conciencia. El modo de producción de la vida material condiciona el proceso de vida social, política e intelectual en general. No es la conciencia de los hombres lo que determina la realidad; por el contrario, la realidad social es la que determina su conciencia. durante el curso de su desarrollo, las fuerzas productoras de la sociedad entran en contradicción con las relaciones de producción existentes o, lo cual no es más que su expresión jurídica con las relaciones de propiedad en cuyo interior se habían movido hasta entonces. De formas de desarrollo con las fuerzas productivas que eran, estas reacciones se convierten en trabas de estas fuerzas. entonces se abre una era de

revolución social. el cambio que se ha producido en la base económica trastorna más o menos lenta o rápidamente toda la colosal superestructura".\*

Primeramente hay que partir de las condiciones materiales en que se organizan los hombres para producir, es decir, hablar de su socialización para entender el proceso de comunicación. Al respecto Adam Schaff se basa en la teoría de Marx y Engels sobre el papel de la división del trabajo como factor de la evolución social.

" Trabajo-pensamiento-lenguaje; tales son los tres elementos de importancia fundamental en la concepción marxista del origen de la sociedad humana. Estos tres elementos son inseparables uno del otro. El hombre trazó una línea de demarcación entre él y el mundo animal cuando empezó a producir instrumentos, dice Marx. El trabajo humano está inseparablemente enlazado con la conciencia, esto es con el pensamiento que a su vez está genéticamente enlazado de manera inseparablemente al lenguaje. La conciencia y por lo tanto, también el lenguaje son productos del trabajo, productos de la vida social... El trabajo humano se basa en la cooperación, que es imposible sin pensar con ideas y sin comunicación. Tal es la dialéctica de la influencia mutua, que hace posible

\* Carlos Marx, Contribución a la crítica de la economía política. p. 37

explicar el proceso de comunicación sin recurrir a milagros o metafísicas". \*

Así, tenemos que la comunicación es un proceso social en el que los hombres, con necesidades concretas intercambian mensajes comprendidos en un código que contribuyen a su desarrollo cultural. Lothar Bisky la define así: "la comunicación es la comprensión entre los hombres, grupos y organizaciones, a fin de influir conjuntamente en la naturaleza y garantizar su existencia y desarrollo social y físico." \*

Ahora bien, con base en la producción y la sociedad dividida en clases Murdock y Golding consideran tres las cuestiones claves para el estudio de la comunicación de masas:

1) que el control sobre la producción y la distribución de las ideas de una época se concentra en manos de los propietarios de los medios de producción, 2) que, a partir de este control, las ideas de la clase dominante son las que rigen la construcción de un cierto imaginario colectivo en los mass media y se extienden hacia todos los grupos sociales configurando un cierto tipo de consenso y 3) que esta hegemonía de una clase sobre las demás hace posible, mediante la difusión ideológica, la

\* Jaime Goded, Antología sobre la comunicación humana. p.39

\* Lothar Bisky, Crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas. p.16

legitimación de las desigualdades de clase". "Se trata del estudio y el análisis de la totalidad de las dimensiones que configuran los procesos sociales de comunicación colectiva, en otros términos: a) el proceso social de producción (estructura de poder y control sobre los medios de comunicación), b) los mensajes producidos, es decir, la manera en que determinadas condiciones, materiales y sociales, de producción se encarnan en materialidades significantes concretas y c) los procesos sociales de recepción o reconocimiento de los mensajes por parte de destinatarios masivos y heterogéneos en la medida en que están ubicados en distintos lugares de la estructura social". \*

Como la sociedad está conformada por clases sociales, fundamentalmente clase dominante y clase dominada, la primera es poseedora de los medios masivos de comunicación a través de los cuales transmite mensajes que resguardan su situación económica; y las clases dominadas, debido a sus condiciones económicas carecen de conciencia organizativa que explique sus necesidades reales de existencia.

Es así como la comunicación se da bajo un proceso enajenante en el que se refuerzan estereotipos con el fin de mantener a las grandes masas ocupadas en situaciones

\* Lothar Bisky, Crítica de la teoría burguesa... p. 13

intrascendentes y lejanas de proponer un cambio social. En México la televisión, radio, prensa y cine son controlados por la clase dominante, la cual manipula la información y la cultura para ocultar sus propios intereses de clase a través de mensajes que parcializan la realidad.

Estos mensajes enaltecen constantemente los conceptos de modernidad y tecnología avanzada con miras a introducir en las mayorías un espíritu consumista que satisfaga gustos y actitudes predispuestos por los medios masivos de comunicación para aparentar una supuesta sociedad libre y democrática con el fin de legitimizar su poder de clase.

Por otra parte, los medios masivos de comunicación en México (controlados principalmente por el consorcio Televisa), convierten la información en pura mercancía, aislando a los objetos o hechos de sus circunstancias socioeconómicas y privándolos de toda crítica o interpretación.

De esta manera, la comunicación masiva se erige como objeto de consumo que propicia conformismo y pasividad en las mayorías, al encontrar imprescindible, como dice Armando Mattelart-estudioso chileno de la comunicación-: "vivir la historia de los demás para no tener tiempo de preocuparse de la propia, vivir por

procuración identificándose con cuanto supera a uno, en una palabra, convertir el tiempo histórico en un objeto de consumo como cualquier producto, son los lemas que vertebran la operatoria de desplazamiento que realiza un medio masivo." \*

\* Armand Mattelart, La comunicación masiva en el proceso de liberación p.40.

## LO COTIDIANO

Cuando se habla de comunicación humana, es decir, la comunicación interpersonal y grupal mediante las cuales una comunidad puede expresarse libremente, la comunicación popular juega un papel muy importante. Pues es en la cotidianidad (el trabajo y esparcimiento) donde se dan los modelos más comunes de comunicación popular.

Sin embargo es necesario entender a la comunicación popular dentro de un desarrollo grupal. La vida cotidiana aislada, individual no es posible, debe crecer con, por y para los demás: en grupos.

Al respecto Daniel Prieto señala: "Desde el punto de vista de la comunicación la vida cotidiana es un problema grupal. En las relaciones sociales es donde se produce y se vive la cotidianidad " -y resalta que- "las concepciones, evaluaciones y percepciones son siempre vividas por alguien en particular, pero ellas constituyen, en el plano de la cotidianidad, la manera en que cada quien se sabe alguien entre los demás. Y este saberse es producto de un reconocimiento, de un compartir experiencias. Los grupos son, pues, factores integradores y reafirmadores".\*

\* Daniel Prieto Castillo, Diseño y Comunicación. p.56

Siempre ha existido la comunicación popular pero renace con más fuerza cuando es considerada como proyecto político. Es decir, en contra de la información dominante surge la posibilidad de conocer necesidades concretas, valorizaciones e ideas de una región determinada.

Así, la comunicación popular no puede ser estudiada en general, sino de manera particular de una región y establece la participación de toda la comunidad (mujeres, niños, jóvenes, ancianos, trabajadores) para conocerse y alcanzar mejores condiciones de vida.

Las clases dominadas, al no tener acceso a los medios masivos de comunicación, abren espacios de expresión en los que de manera simple (cartel, manta, graffiti) manifiestan públicamente su propia interpretación de los hechos que afectan a su vida diaria.

"Ante todo - afirma la Doctora Guillermina Baena Paz, experta en investigación de la comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM - la comunicación popular requiere conocer el modelo dominante y nos obliga a entender el modelo de comunicación que puede surgir de la clase dominada. Porque la comunicación popular se define como aquellos procesos de interacción social de

las clases dominadas que se dan en el camino de adquirir voz pública".\*



\* Guillermina Baena Paz, Comunicación, un nuevo enfoque p.116.

#### IV. Cultura.

##### "LA NUEVA CULTURA URBANA ES DE TRANSICION"

Siguiendo una vez más los condicionamientos socioeconómicos de la sociedad Néstor García Canclini define a la cultura como " la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación y reelaboración simbólica de las estructuras materiales a reproducir o transformar el sistema social".\* Es decir, el conjunto de actos a través de los cuales se representa y se piensa la realidad, así como los procesos productivos necesarios para crear algo.

En cualquier manifestación cultural es importante no sólo su estructura interna (simbolización de la realidad) sino primordialmente, la relación que se establece entre esa manifestación cultural y la estructura social (los medios de producción y las relaciones sociales de producción). Para lo cual se hacen imprescindibles las partes más elementales del proceso productivo: La producción (valor de uso), circulación (valor de cambio) y recepción (valor cultural, estético).

\* Néstor García Canclini, Cultura y Sociedad, p.23

Al igual que la manifestación musical de los Beatles en los años sesenta, la manifestación de graffitis tiene una función cultural similar. El valor de uso de los Beatles tiene que ver con la idea del grupo musical formado espontáneamente por cuatro jóvenes, que creó un estilo propio influenciado por el rock and roll, el cual respondía a los intereses socioculturales de su época. El valor de cambio se refiere al grupo musical manejado y difundido por la industria del disco y los medios masivos de comunicación. Y el valor cultural estético (recepción) al impacto de este fenómeno en los jóvenes. Significación de los Beatles como ídolos y como músicos.

En el caso de los graffitis el contenido, parte del valor de uso responde a las carencias económicas en las que se desvuelven las bandas juveniles, las cuales propician detrimentos culturales en sus vidas en cuanto a vivienda, alimentación, educación, condiciones de vida familiar y en las relaciones con todas las demás instituciones sociales.

La circulación o intercambio de mensajes obedece a la espontaneidad y rapidez de los graffitis que marcan ciertos grupos de jóvenes con necesidad de expresarse y forjar un reconocimiento tanto intergrupal como socialmente.

La recepción de graffitis se caracteriza por una transgresión a las pautas de la cultura oficial, creándose en las mayorías un sentimiento de malestar, lo cual reivindica la posición contracultural de las bandas. Es por



eso que el fenómeno del graffiti se inserta en el desarrollo de la cultura popular, por oponerse a lo "culto", a lo elaborado.

Puesto que vivimos en una sociedad de clases, es imposible hablar de una sola cultura. Es necesario señalar la existencia de una cultura hegemónica y una cultura subalterna o popular.

La cultura hegemónica, formada por la clase dominante, concentra el poder político, económico e ideológico cultural y " tiene la capacidad estratégica para obtener, a partir de la universalización de sus intereses específicos el consentimiento (consenso) activo o pasivo de la mayoría de los sectores sociales en torno a su proyecto histórico".\*

Por otra parte, la cultura popular encuentra su desarrollo en las clases subalternas, cuyas características son de subordinación y dependencia en lo económico, político y cultural debido a que carecen de medios de producción. Esta razón produce una serie de situaciones complejas y a veces contradictorias en las clases dominadas.

La inorganicidad de la cultura popular consiste precisamente en sus propias contradicciones, sobre todo ideológico-culturales. La falta de conciencia política en cuanto a sus actividades religiosas, costumbres y refranes reflejan la impotencia, conformismo y aceptación de patrones culturales vigentes.

Por ejemplo la explicación del destino o de Dios de su penosa situación económica; el planteamiento de una visión trágica sin identificar razones estructurales sobre la desventaja rico-pobre; o manifestaciones compartidas con

\* Mabel Piccini, Introducción a la Pedagogía de la Comunicación. P. 110.

la clase hegemónica como el machismo, consumismo o el autoritarismo en la familia.

Sin embargo, la cultura popular también hace patente una necesidad de conservar su dignidad social por medio de manifestaciones "de impugnación implícita"- dice Alberto Aziz Nassif en su libro *La Cultura Subalterna en México*:- "este nivel comprende aquellos documentos, creencias, comportamientos, artesanías, que por el simple hecho de estar presentes ya se contraponen a la cultura hegemónica, que por el hecho de estar dentro de una posición subalterna ya se contraponen a la hegemónica. En este nivel se puede tener más conciencia de la situación de explotación pero también se puede tener una visión mágica, que no por ser mágica deja de ser impugnadora".\*

Todo lo que concierne a la creatividad y quehacer constantes del hombre es cultura popular y se distingue de la cultura hegemónica u oficial por concebir a la naturaleza a partir de sus condiciones reales de existencia para transformar la realidad con su propia interpretación y no mediante la pura abstracción.

Por el contrario, la cultura oficial mantiene sólo una idea abstracta de la labor cultural de todo un pueblo, haciéndole sentir a éste que lo "culto" le pertenece

\* Alberto Aziz Nassif, *La Cultura Subalterna en México*, p.40

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- 79 -

exclusivamente a las clases privilegiadas que disponen de tiempo libre para crear obras artísticas.

Desarrollándose en la vida diaria de una comunidad, la cultura popular crea nuevas formas en el hablar, en el vestirse, en su organización vecinal, en la formación de grupos juveniles, así como formas o hábitos que responden a sus necesidades más inmediatas de vida.

La cultura popular, ante la institucionalización de la cultura, se desenvuelve en un ámbito de clases dominadas que se remite a la búsqueda de espacios en los cuales puedan asumir sus necesidades tanto socioeconómicas como emotivas y de recreación.

La política tradicional del Estado ha tenido como aliados, desde los años cuarentas a los medios masivos de comunicación y otras instituciones como la familia, la Iglesia y el aparato jurídico que en una labor conjunta han creado una falsa imagen de lo que es la identidad nacional, haciendo alusión a la cultura, las tradiciones y la mexicanidad representada en estereotipos creados por la industria cultural del cine y posteriormente de la televisión: los charros, la madre abnegada y sufrida, los ricos como villanos, los pobres como mártires, etc.

La cultura oficial impone al pueblo la idea de nacionalismo siempre como un "deber a la patria" que se traduce en el pago de impuestos y el deber de incorporarse a las élites intelectuales, o en su defecto aceptar la imagen machista de los diversos programas y anuncios comerciales de la televisión ("No empujen": la mujer vista como objeto decorativo; comerciales de Bacardi; hombre de negocios que viaja por todo el mundo con diferentes mujeres, etc).

De esta manera la identidad nacional queda reducida a un sintónimo de deseos y frustraciones resentidos principalmente por las clases dominadas las cuales ven muy lejana la realidad que les muestra la televisión y el cine.

Sobre esto Carlos Monsiváis hace la siguiente observación: "La nueva cultura urbana es abiertamente de transición. Sobre ella pesan la decidida del Estado, el desprecio clasista y racista de la industria cultural, la inexistencia de canales expresivos para que los directamente involucrados aprueben o disientan. Por más que se destaque, el enemigo fundamental no es la imposición colonialista (de consecuencias no minimizables, por otra parte). El escollo principal para esta nueva concepción del arte, la lectura y el entretenimiento en las ciudades es la ausencia de

perspectivas críticas y de alternativas para las mayorías y la identificación -clasista y mecánica- de industria y cultura popular".\*

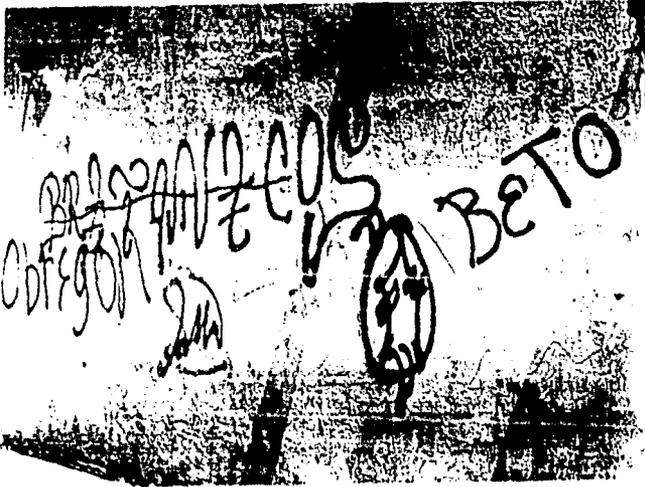
Es por eso que la cultura popular toma otros caminos muy diferentes a los que propone el Estado en sus discursos sobre nacionalismo y cultura popular cuyos planteamientos no hacen otra cosa que mezclar las tradiciones con lo pintoresco y darle un trato de mercancía o valor turístico a las obras de arte.

En contraposición, la cultura popular surge con necesidades reales que reflejan la falta de asistencia estatal a las clases más necesitadas y la represión policiaca que impide el desarrollo de vías de expresión libres en las que se hable de sus reales condiciones de clase: marginación, sobrepoblación, desempleo, represión y sobre todo decepción política.

En consideración de Gilberto Jiménez, profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, la cultura popular es una categoría colectiva que se refiere a diferentes grupos o estratos subalternos en dependencia con grupos dominantes. Estos grupos subalternos pueden ser arcaicos (campesinos e indígenas) o modernos (compuestos por obreros y gente que vive en áreas urbanas).

\* "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares" de Carlos Monsiváis en la revista Cuadernos Políticos. No. 30.

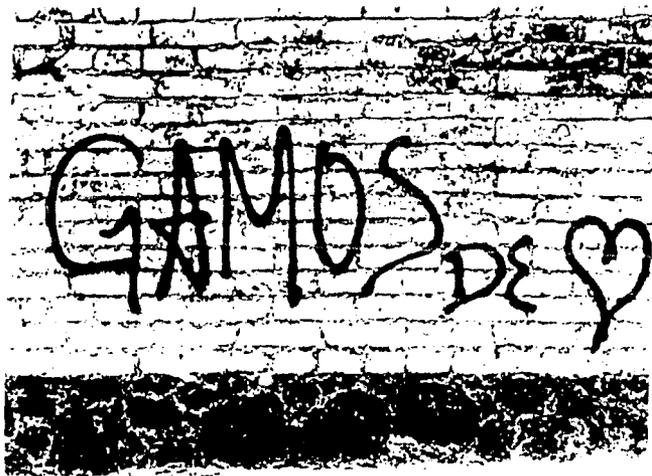
El graffiti -apunta el profesor Gilberto Jiménez- puede ser una práctica comunicativa de la cultura popular en la medida que es una expresión simbólica que refleja la carencia de espacios políticos de expresión. Es de alguna



manera una protesta de grupos organizados que necesitan hacerse reconocer, demostrar su existencia según la lógica de manifestación: quien se muestra logra reconocimiento. En este caso las bandas juveniles buscan obtener el lugar que les corresponde socialmente mediante la práctica de festivales espontáneos y hazañas (como asaltos y violaciones) que muestran sus frustraciones, debido a que la

juventud marginada en áreas periféricas están siendo ignoradas.

"Pero hay que resaltar- dice el catedrático de la Facultad de Ciencias Políticas- que la inscripción de graffitis se realiza en un ambiente reprimido experimentado por todas las clases sociales ya que éstos también son visibles en zonas residenciales, baños públicos y clubes deportivos".\*



\* B. González Lima, entrevista realizada en febrero de 1986 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

#### UNA NUEVA OPCION.

Como una nueva cultura que exalta la experiencia de los sentidos la contracultura rechaza toda oficialización del conocimiento y la cultura por basarse en ideas tecnócratas y un consumismo desmedido. En la cultura oficial se deshumanizan los valores de la sociedad, pues la tecnocracia, la moral puritana y la guerra están absorbiendo la mentalidad del hombre impidiéndole conocerse a si mismo y asumir su propia personalidad.

Para la contracultura el conocimiento no se logrará si no se experimenta la potencialidad del cuerpo humano ni se tiene contacto con la naturaleza. Sobre todo, la contracultura es una negación al modo de vida tecnócrata, sin gozo, sin riqueza espiritual.

El escritor español Antonio De Villena asegura que "la tecnocracia no lleva a ninguna parte...Este sistema de vida, aséptico y opresivo -aparentemente sin ideología- y la tolerancia de la generación adulta para con él (aun cuando se haya comprobado que no es fuente de eterna felicidad) han motivado como decisivo factor el surgimiento de la joven contracultura. La gran negación a todo ese sistema". \*

\* Luis Antonio de Villena, La revolución cultural (desafío de una juventud). p.13.

Una de las características más sobresalientes de la cultura juvenil es el afán de cambio a un orden social establecido, cambio que sienten necesario las nuevas generaciones inconformes con todo lo que es impuesto sin tomar en cuenta sus emociones y preocupaciones cotidianas.

Es por eso que el joven acude a un nuevo concepto de cultura: la contracultura, la cual fundamentalmente se opone a una vida considerada normal y que no es otra cosa que el producto de la actual sociedad tecnócrata.

La organización e integración del hombre a una sociedad industrial con el fin de obtener mayor eficacia y seguridad social en el aparato productivo es el mayor propósito de la tecnocracia y opera bajo una visión científica del mundo, la cual no se compromete con ningún criterio ideológico, argumentando eficiencia industrial, racionalidad y necesidad. De tal forma que su única tarea es establecer límites y objetivos en la conducta de los hombres sin atender nunca a lo que ellos sienten o imaginan.

Ante esta concepción del mundo, los jóvenes no pueden desarrollar su capacidad creadora, pues son precisamente ellos los que experimentan nuevos sentimientos y maneras de percibir la realidad, y son ellos a los que la sociedad les está negando ese derecho en aras del bienestar social.

Theodore Roszak en su libro El nacimiento de una nueva contracultura se cuestiona: "¿Y por qué son precisamente los jóvenes de forma mas rotunda quienes protestan contra la expansión de la tecnocracia? No hay que dar muchas vueltas para encontrar una respuesta, la más obvia de todas por lo demás: los jóvenes se han plantado ahí de forma tan impresionante porque actúan contra un ambiente de pasividad casi patológica por parte de la generación adulta... Los adultos de la época de la segunda guerra mundial, atrapados como estuvieron en la postura congelada de una docilidad aturrida -condición que Paul Goodman ha llamado 'la nada puede degenerar en enfermedad' se han quitado a si mismos su propia adultez, su mayoría de edad, si es que este término significa algo más que ser alto, estar acorralado por un océano de letras de cambio y tener la posibilidad de comprar licores sin necesidad de enseñar la licencia de conducir".\*

Estas y otras manifestaciones contradictorias de la cultura oficial han propiciado un rechazo determinante de los jóvenes por encontrar absurdo el proceder de lo que supuestamente tendrán que ser al pasar a la vida adulta.

\* Theodore Roszak, El nacimiento de una contracultura. p.36

## V. Juventud.

DESPUES DE TODO SON CHAVOS.

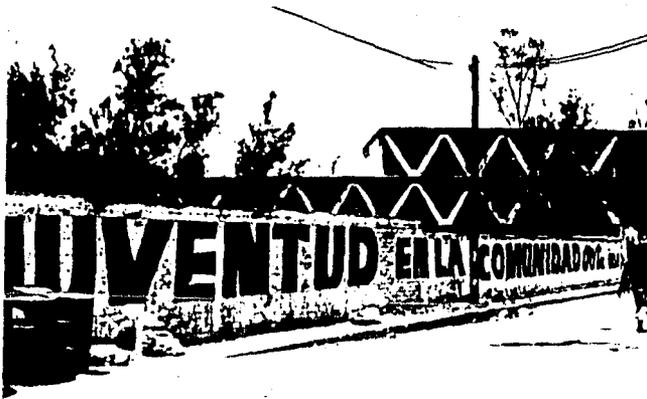
La juventud dentro del marco de la reproducción social adquiere un rol social de acuerdo a su carácter evolutivo-cronológico en relación con el conjunto de la población.

Por lo tanto la juventud es un fenómeno con características socioculturales muy diversas que para conocerlo deben considerarse el modo de producción en que se halla inserto, la clase social, región de pertenencia (rural o urbana), las actividades en relación con el sistema productivo y el proceso de socialización y relación con las principales instituciones sociales.

Un factor determinante para conceptualizar la juventud es la edad, basada fundamentalmente en el desarrollo biológico del ser humano. La pubertad como periodo de la vida en que entran en funciones los órganos reproductivos da inicio a la edad de la juventud entre los once y doce años.

Sin embargo, el establecimiento de un periodo de edad para la juventud adquiere un carácter convencional de acuerdo al desarrollo psicosocial -evolutivo de la

adolescencia y al momento en que el adulto joven se integra por completo al sistema social, económica, familiar, política y culturalmente. Así la edad convencional de la juventud se estima entre los doce y veinticuatro años de edad.



A la juventud hay que considerarla dentro de dos estratos marginales. Uno en lo que se refiere a las condiciones socioeconómicas: desempleo, bajo nivel de escolaridad, bajo nivel nutricional, bajo poder adquisitivo, etc. Otro, en cuanto a la relación marginal joven-adulto, independientemente de la situación económica en que se desenvuelven ambos.

La relación joven-adulto se caracteriza por una dependencia económica y moral del primero hacia el segundo que provoca en el joven un sentimiento de inseguridad y frustración al verse con menos oportunidades de participación en la vida social y la toma de decisiones.

En función de lo anterior defino a la juventud como una etapa temprana de la vida en la que el ser humano toma conciencia de su papel como individuo ante las diversas instituciones sociales, cuestionando su funcionamiento para integrarse o disentir de las normas que dicta la sociedad.

Después de la Segunda Guerra Mundial surgen los primeros movimientos juveniles dentro del marco de la lucha de clases como una acción más o menos organizada y contestataria a los valores morales y socioeconómicos impuestos por los adultos. Lo cual implica, según Francisco Gómezjara, investigador sobre fenómenos de la juventud: "una separación de los jóvenes de la familia, y su incorporación a la vida social independiente".\*

Gómezjara identifica a los principales movimientos juveniles en estudiantiles, contestatarios, militantes, consumistas y pandilleros. El estudiantil pretende hacer una crítica sociopolítica-filosófica de la sociedad, o

\* "Una aproximación sociológica a los movimientos juveniles y al pandillerismo en México". de Francisco Gómezjara en Revista de Estudios sobre la Juventud. CREA

bien, organizarse en cooperativas académico-administrativas dentro de su desenvolvimiento escolar.

El contestatario promueve demandas de tipo místico, artístico, sexual y pro espacio propio. Una de las manifestaciones de este movimiento es la del nuevo lenguaje de "Onda" impuesto por los propios jóvenes a finales de los años sesenta, con el que el habla cobra mayor importancia sobre lo literal.

El militante tiene como función social aminorar e incorporar la disidencia, si se trata de militantes estatizados o reformistas. Cuando es el caso de revolucionarios, canalizan e impulsan la disidencia.

Los movimientos consumistas se manifiestan a través del deporte, la música, el vestuario, la alimentación, asistencia a espectáculos y otros. Su principal característica es la manipulación de que son víctimas los jóvenes por medio de la publicidad. El mejor ejemplo lo muestra el comportamiento de miles de jóvenes fanáticas seguidoras del grupo Menudo y algunos grupos más que han surgido con el mismo éxito comercial.

Los movimientos pandilleriles son formados por grupos espontáneos en las áreas urbanas marginadas con el fin de

alejarse de las tensiones familiares y actuar en un grupo de iguales para manifestar su potencialidad desafiando o violando la moral pública.

A diferencia de los jóvenes que tienen posibilidades de explicar y teorizar sus inconformidades sociales, o sea, jóvenes que disfrutan de cierta estabilidad económica y social, la juventud marginal vive de una manera titubeante y confusa la realidad que le toca vivir. Por una parte, el sistema vigente la ofrece incorporarse a la sociedad de consumo y por otra, le niega la posibilidad de obtener lo mínimo para vivir (como un trabajo permanente), creando en los jóvenes marginales un espíritu de rechazo que difícilmente podrán explicar y que sin embargo es muy probable que lo canalicen por medio de la violencia.

Asimismo, el sector juvenil marginal de las ciudades tiene poco tiempo de existencia como tal, puesto que la mayoría de los jóvenes comienzan a trabajar y formar un hogar desde muy temprana edad. Lo cual les impide establecerse dentro de la sociedad como un sector rebelde con fuerza.

Algo muy importante que sucede en la formación de la juventud marginal, sobre todo en Latinoamérica es la enorme capacidad que tienen los jóvenes de participar

simbolicamente en contextos socioculturales que les son objetivamente ajenos. En esto contribuyen en gran medida los medios masivos de comunicaci3n, los cuales venden comportamientos juveniles a trav3s de ciertos productos de costo bastante accesibles que consumen con gusto las clases marginadas para satisfacer una aparente necesidad. La supuesta necesidad no es otra cosa que la identificaci3n con una etapa tan efimera como la juventud.



La formación de bandas juveniles surge en los suburbios de las ciudades, donde, primeramente los niños salen a jugar en las calles por no tener en sus casas el espacio suficiente para moverse. Posteriormente, más grandes, esos niños disponen de un grupo de compañeros con los que comparten el juego. En edad adolescente no sólo perciben las derrotas y triunfos del juego, sino que perciben el ambiente hostil de la calle (movimiento acelerado, ruido, contaminación) y sobre todo el de la familia.

El adolescente que no encuentra en su hogar demostraciones de afecto, prefiere buscarlo en el grupo de amigos. En efecto, uno de los principales motivos que inducen al joven a integrarse en una banda es la necesidad de suplir a la familia. La banda es la compensación de una carencia afectiva ya que en ella el joven encuentra refugio y seguridad. "La banda le proporciona la ocasión de representar un papel, de ser alguien, de experimentar el sentimiento de existir, de poder afirmar su personalidad".\*

Asimismo el joven siente pertenecer a un grupo de iguales en contraposición con la familia, donde se establecen relaciones de superioridad sobre los hijos, y entre éstos, de mayores sobre menores. Por lo tanto, la familia representa para el joven una agrupación antagónica entre sus

\* Antonio Sabater, Juventud inadaptada y delincuente. p.45.

miembros, en la que el abuso de autoridad se basa únicamente en la diferencia de edades.

Los jóvenes encuentran en la banda la oportunidad de afirmar su personalidad. Oportunidad que es negada por la



familia, la cual les exige un comportamiento de adulto y al mismo tiempo los considera como niños que no conocen nada de la vida y que lo mejor que pueden hacer es obedecer a sus padres.

En los suburbios de las grandes ciudades los jóvenes se desenvuelven en un ambiente de constante peligro que estimula su agresividad, conduciéndolos a cometer actos delictivos realizados preferentemente en bandas para

sentirse seguros al descargar una energía estimulada por todos los elementos del grupo.

#### ¿POR QUE PUNKS?

Originado en Inglaterra a mediados de los años setenta el movimiento Punk es una agrupación de jóvenes en bandas que sufren de marginalidad y que se proponen reivindicarla para erigirse como parte importante (en la medida que es contrarrestante) de la sociedad inglesa.

No sólo se han formado Punks, sino otros grupos que también se encuentran marginados pero que tienen intereses diferentes como los Skinheads, Teddy Boys, Mods, Bikers, Trendies y Rock-a-billies. Sin embargo los Punks han tenido mayor significación en los jóvenes de otros países por representar una actitud de protesta propia de la situación económica y social actual en crisis.

Hoy en día, ya no es posible reaccionar en contra de una sociedad tecnócrata e indiferente a través de la protesta pacífica de los hippies (flores, amor y paz). Estos lemas han sido pisoteados bruscamente. A cambio, se hace necesario resurgir como oposición violenta por medio de la indumentaria, la música y el comportamiento cotidiano para expresar el descontento social de muchos jóvenes.

Así surgen los Punks como la viva imagen de una sociedad decadente. La única forma de expresarlo y echarlo en cara a la sociedad es vistiendo y maquillándose con rasgos primitivos, haciendo alusión a una regresión humana en la



que los hombres viven en tribus: los cortes de cabello en forma de penachos o picos, anillos que atraviesan la nariz o las orejas, puños de acero y cadenas colgantes, colores vivos que resaltan la fuerza y agresividad de las facciones humanas, etc.\*

En México, el movimiento punk ha sido asimilado tardíamente y tergiversado por los medios masivos de comunicación, convirtiéndolo en simple moda. A principios

\* Basado en The Tribes of Britain. Davidsson, Spencer  
Revista Time 1983.

de los años ochenta los jóvenes de clases sociales altas pretendían impresionar a las demás clases con la nueva moda ( lo que se está usando en Europa y Estados Unidos ). Posteriormente, debido a la difusión comercial de los discos , el radio, la televisión y el cine este movimiento se hizo popular y las bandas marginadas en gestamiento adoptaron la vestimenta, música y cortes de pelo de los grupos de rock punk.

Existiendo una real identificación con los Punks ingleses pero recibiendo de ellos sólo productos de consumo creados por los medios masivos, los jóvenes punks mexicanos se agrupan en bandas , escuchan rock pesado y asumen actitudes imitativas de ciertos estereotipos.

#### Y EL MUNDO SIGUE RODANDO.

La sociedad actual, es decir el periodo que comprende los últimos años de los setenta y los cinco primeros de los ochenta, se ha caracterizado por momentos constantes de ansiedad y crisis a todos los niveles: económica, política y socialmente.

Las luchas por obtener gobiernos independientes y democráticos en Centroamérica (El Salvador y Nicaragua) continúan aún sin resolverse favorablemente. Los Estados

Unidos mantienen su política intervencionista reforzando la ayuda militar a contrarrevolucionarios nicaraguenses desde bases estratégicas en Costa Rica y Honduras. Algunas dictaduras son derrocadas (Argentina y Brasil), otras sobreviven valiéndose de la represión y la violencia como es el caso de Chile.

En Líbano se siguen dando enfrentamientos entre musulmanes y palestinos causando diariamente cientos de muertos. En el conflicto libanés se hallan involucrados Israel principalmente, Siria, la Unión Soviética y Estados Unidos. Por su parte Irán e Iráq sostienen una guerra interminable iniciada en 1980 al invadir Iráq territorio iraní.

En general la actual situación mundial se ve envuelta en un ambiente de desesperación y peligro ante la amenaza de una tercera guerra mundial que podría ocasionar el fin de la humanidad.

Mientras la Unión Soviética defiende sus "derechos" sobre armamento nuclear, la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) se dedica a la negociación y respaldo de armas espaciales con los Estados Unidos.

El impacto de estos acontecimientos se ha dejado ver desde los movimientos estudiantiles de los años sesenta y la experiencia de los jóvenes norteamericanos en Vietnam en la movilización de la conciencia mundial de las nuevas generaciones.

Desde entonces la juventud ha procurado conservarse en una posición transgresora del orden imperante, sobre todo en lo concerniente al desarme. Diversas manifestaciones juveniles de paz han sido reprimidas en todo el mundo por la fuerza armada.

Asimismo, el panorama de violencia actual sitúa a la juventud como principal heredera y receptora de toda esta serie de antagonismos sociales.

En México, la aceleración del crecimiento económico con base en la producción y exportación del petróleo y su caída repentina reflejada en la inflación y continuas devaluaciones de la moneda, por un lado, y por el otro la deuda externa, representan los problemas que más afectan a la economía nacional.

Ante la incapacidad de pagar una deuda que alcanzó 96,000 millones de dólares en 1984, el Fondo Monetario Internacional fija al gobierno mexicano medidas que

repercuten en la vida social y económica del país como la reducción del gasto público.

El alza rápida de los precios de todos los bienes y servicios (la inflación, la cual tiende a sobrepasar el 35%



en 1985) afecta principalmente a las clases formadas por obreros, empleados, artesanos, pequeños productores del campo entre otros. El ingreso de estos sectores queda por debajo del aumento promedio de los precios. Por este motivo las condiciones de vida (alimentación, vivienda y educación) se deterioran.

Como consecuencia de los problemas económicos la realidad de la juventud mexicana se resume así: un alto

nivel demográfico de jóvenes que carecen de empleo y educación.

Héctor Anaya en su artículo llamado "¿Existe una respuesta juvenil ante la crisis?" publicado en la revista Tiempo Libre en febrero de 1985 asegura: "Se sabe que el 33% de la población mexicana tiene de 15 a 34 años, que del total de la población económicamente activa el 58% lo constituyen los jóvenes y que de este gran total el 84.10% se encuentra desocupado en el Área metropolitana de la Ciudad de México; que el 54.65% no encuentra trabajo en la zona metropolitana de Monterrey y que el 59.23% está desempleado en Guadalajara" \*

Aunado el problema de la drogadicción y la violencia a la falta de atención familiar en los jóvenes, resalta la responsabilidad de esta crisis sociocultural como resultado de los fracasos políticos y económicos del Estado.

También hay que agregar que ahora más que nunca los jóvenes se ven necesitados de más información y participación de temas que antes eran tabúes. El homosexualismo se ha manifestado de una manera más abierta. Las relaciones familiares y de pareja se encuentran en constante cambio. El sexo y la religión han tomado diferentes caminos, dándose una mayor búsqueda de

\* "¿Existe una respuesta juvenil ante la crisis?". Reportaje de Héctor Anaya en la revista Tiempo Libre. No. 250.

explicaciones coherentes sobre los derechos y libertad de pensamiento del ser humano.

Por otra parte el mundo de la comunicación se ha vuelto más amplio y complejo. Los avances tecnológicos han permitido la fabricación de aparatos reproductores de imágenes y sonido como grabadoras, audifonos, videocasseteras y demás aparatos portátiles que de alguna manera repercuten en las actitudes de los jóvenes distrayendo su atención en asuntos meramente consumistas. El caso de la televisión lo demuestra así pues sigue siendo el medio de comunicación masivo por excelencia ya que con las videocasseteras es posible ver las películas más populares en casa así como los video musicales que tanto llama la atención de los jóvenes.

"HABLAN DE JUVENTUD, DE LA BANDA Y NOMAS NO SABEN QUE ES ESTO".

A finales de 1979, la Asamblea general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) acordó designar a 1985 como el Año Internacional de la Juventud. Sus objetivos estaban dirigidos a enfocar la atención de todos los organismos institucionales en los principales problemas que afectan diariamente a los jóvenes con el fin de integrarlos en el desarrollo nacional e internacional. En México, a través de distintos medios se le dio propaganda a esta política discursiva que pretendió más que hacer conciencia de la situación socioeconómica, emotiva y cultural de la juventud mantenerla en "orden" y conglomerarla en una homogeneidad fuera de toda realidad social.

Nuevamente, tanto las instituciones como el Estado se valieron del recurso retórico y demagógico empleado en conferencias, programas de radio y televisión y discursos oficiales para ganar un consenso juvenil en momentos tan difíciles como los que atraviesa el país económica y políticamente.

Reduciendo a la juventud en un sector social dependiente del paternalismo estatal e infundiendo en la conciencia

cívica de los jóvenes sus deberes y obligaciones al considerarlos incapaces de transgredir los modelos de "progreso" según el lema de Participación, Desarrollo y Paz, el licenciado Heriberto Galindo Quiñones, director general del CREA y secretario ejecutivo del Comité de Promoción para la celebración del Año Internacional de la Juventud en México, pronunció un discurso que representó a México en la ONU. Entre otras cosas dijo:

"...afirmamos que los propósitos de Renovación nacional y de modernización Revolucionaria a que ha convocado el Presidente de México, Miguel de la Madrid, tienen en los jóvenes y en los niños mexicanos a sus principales destinatarios, que han de convertirse en sus más decididos aliados y promotores. Por ello mismo hoy encaminamos acciones a fin de ampliar los marcos legales que pongan énfasis en el aliento y el estímulo a estos sectores.

Es claro que en mi país el Estado pone grandes empeños en favor de las nuevas generaciones; propicia el humanismo y arraiga los valores de la democracia, la justicia, la libertad, la independencia y la solidaridad, al tiempo que promueve y difunde las culturas que integran la gran cultura nacional. Estamos lejos de conformar una Nación perfecta

pero hacemos todo lo posible por salir adelante, por la vía democrática, de la crisis que nos agobia.

Desde distintos frentes -continúa el discurso- se promueven educación, salud, empleo, vivienda, cultura, recreación, deporte y participación, pues son vitales para una nación en marcha como la nuestra.

Nos esforzamos en darle valor exacto al peso específico que tiene la energía, el reclamo y la creatividad de los jóvenes; a quienes estimulamos y en quienes fincamos la confianza del país.

-Dice muy convencido el representante de México en la ONU- : Respetamos libertades y ampliamos derechos; se fomentan solidaridad social y pluralidad. No hay censura ni represión, y convocamos a participar para decidir. Se abren cada vez más, mejores espacios para su desenvolvimiento, y se innovan formas de organización social que mejoren a cada comunidad, y se ofrecen oportunidades, no obstante las dificultades que se tienen"

Y concluye: "los jóvenes mexicanos son personas de una gran sensibilidad humana y de una extraordinaria vocación por la defensa de la patria, la libertad, la justicia, la independencia y la solidaridad. Saben distinguir a la

perfección lo que es bueno y útil para el país y lo que es nocivo; son inconformes pero positivos y buscan la transformación y el cambio social progresista. Rechazan por igual represión, mediatización y manipulación, lo mismo que cualquier forma de intervención o intromisión de fuerzas extrañas". \*

Sus conceptos sobre juventud se remiten no al contexto real de los jóvenes, sino a los valores creados por un partido político que ha durado 75 años en el poder y que pretende fortalecerse con la épica revolucionaria o con los diferentes lemas sexenales, el actual: renovación moral.

Por lo menos una actitud más cercana a la realidad se confronta ante los discursos demagógicos. A continuación una nota sobre el Año Internacional de la Juventud desde la perspectiva de un órgano informativo underground de Santa Fe denominado "La Pared":

"1985 Año Internacional de la Juventud, simón para los que no lo sabían, este año ha sido señalado por la ONU como el dedicado a la juventud.

¿ Y qué onda aquí en Mexicalpan?... nada que ya lo agandalló el gobierno nombrando presidente de la comisión encargada de estas acciones al mismísimo M de la Mierda,

\* Discurso del Lic. Heriberto Galindo, México en la ONU. Suplemento de la revista Encuentro. No. 23

esa como la vez valedor, y a través del CREA comienza ya a darle riada a las conferencias que hablen de una Juventud Modelo, y otra podrida de unos chavos que estudian planes de estudio que son basura y de otros que nomás no tuvieron chance de clavarse a la escuela, de chavos que tienen vocación de "servir" a su patria, y de otros que ni saben cuantas veces esta Patria ha sido saqueada, en fin colocan a gente que habla de la juventud, de la banda y que nomás no sabe que es ésto; gente que trabaja con números, estadísticas, gráficas, etc., etc.

Y que no entienden que la banda que ellos dicen conocer ya no existe, porque la banda se transforma cada día y así cuando ellos llegan a la zona de trabajo; ya pasó un cayo el taim.

Por otro lado el CREA pone a servicio de los chavos la ropa de última moda; a través de sus tiendas a precios bajos, ¿ cómo la ves? o sea que este año no más pantalones rotos de rodillas y nalgas, nel, ahora todos bien picudos con pantos nuevos, cero camisetas raidas y pintadas, no más chamarras negras y sucias, ahora camisetas de cocodrilo pa' que todos vean que la crisis ya está pasando, ropa que quiere disfrazar una realidad culera y llena de carencias".

Firma CHUCHO. \*

\* Organo Informativo del Consejo Popular Juvenil. No. 3. p. 5

## VI. Perspectivas.

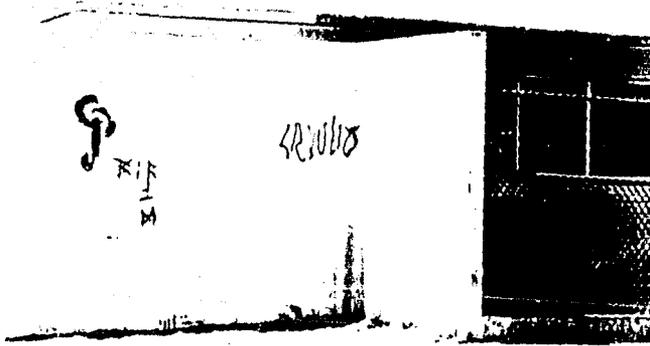
### COMO ULTIMO RECURSO

En conveniencia de sus intereses económico-políticos los medios masivos de comunicación, el Estado y demás instituciones sociales actúan de manera contraria a los requerimientos de la cultura popular. Imponen desde arriba modelos estrechos de conducta que obstaculizan su libre desarrollo ideológico, excluyendo la posibilidad de expresar los verdaderos temores, ambiciones y luchas de los jóvenes por sobrevivir en un ambiente social hostil.

Se desprende de esto, la aparición de complejas vías mediante las cuales se va forjando la cultura popular en la opresión. Al no existir los canales comunicativos que requieren los jóvenes marginados, éstos se ven forzados a crear nuevas modalidades de expresión.

El fenómeno del graffiti es una de las manifestaciones de la cultura urbana popular que se da como resultado de la nulificación de denuncia y sátira, que si bien es realizada por los partidos políticos cuando ridiculizan al Gobierno con diferentes lemas en sus campañas electorales, su acción responde al discurso retórico de democracia que

maneja el Estado. Bajo tales circunstancias, los partidos políticos y sus pintas no corresponden a las prácticas de la cultura popular. Por el contrario, la cultura popular se fundamenta en la acción no aprobada por el Estado, sino



más bien en la que surge como oposición directa a él y a todas sus instituciones.

Las bandas como agrupaciones de jóvenes pertenecientes a colonias populares han adoptado la práctica del graffiti en respuesta a todas las contradicciones culturales a las que se enfrentan. Sin conciencia u organización política se reúnen en grupo para dar salida a toda la energía que

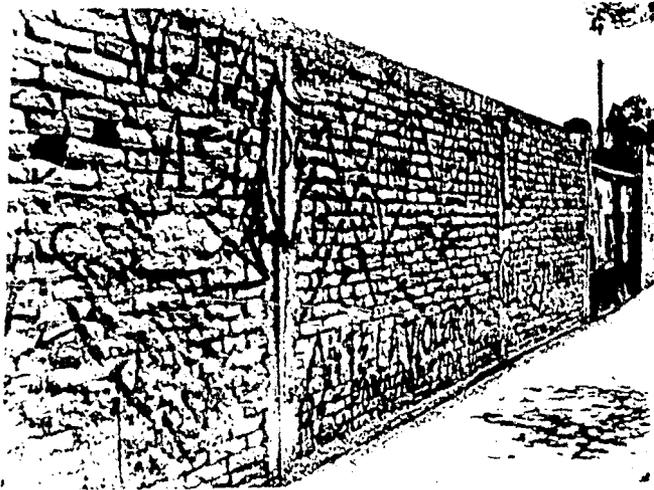
llevan consigo y que requiere forzosamente una exteriorización.

Los graffitis en la Subdelegación Santa Fe representan una modalidad de comunicación popular juvenil en la que intervienen diferentes factores. Uno de ellos es el desarrollo socioeconómico en que se da dicho fenómeno.

Desde un punto de vista comunicativo los emisores transmiten mensajes de tipo intergrupales, es decir, aunque los graffitis pertenecen al ámbito público, su comprensión y asimilación solamente abarca a cierto número de jóvenes insertos en el desenvolvimiento de la banda. La motivación y el reto se encuentran insertos en el parámetro comunicativo de las bandas: coraje, transgresión, clandestinidad y otras connotaciones más.

Los graffitis forman parte de la comunicación visual debido al uso de elementos gráficos (signos lingüísticos y signos isomorfos o icónicos) a los que se recurre para ser transmitidos. La exterioridad de las fantasías y frustraciones del ánimo urbano son plasmadas en leyendas e imágenes que requieren de la experiencia visual.

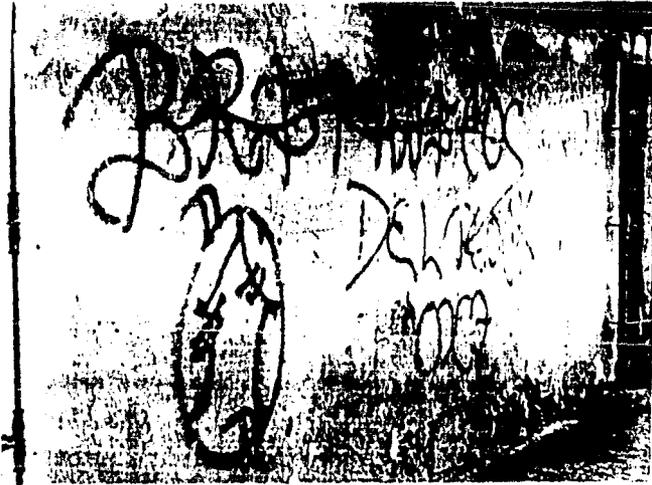
Las diferencias sociales y la falta de oportunidades de trabajo y educación son las principales razones de la aparición de este fenómeno que ha tenido mayor auge en los últimos cinco años, periodo en el que tanto la crisis



económica como el control que ejerce el Estado, han propiciado que los jóvenes busquen nuevas formas de expresión que si bien han sido importadas principalmente de la cultura norteamericana a través de los medios masivos de comunicación, también pertenecen a una realidad concreta que vive actualmente el país.

Con la práctica de graffitis los jóvenes reflejan ansiedad de ser, de que se les tome en cuenta tanto por sus

semejantes como por el resto de la población. El rock lo han retomado de los medios masivos de comunicación para vertirlo a la sociedad como su máxima expresión, ya que la música es la mejor vía para canalizar sus estados de ánimo.



A diferencia de los medios masivos de comunicación, las bandas no elaboran sus mensajes a través de los graffitis con fines consumistas. Los graffitis por el contrario, muestran la manera como se reúnen los jóvenes para convivir, mediante la pronta identificación de un sobrenombre con connotaciones nefastas. Hacen alusión a la

realidad social que les toca vivir: llena de frustraciones, desigualdad, marginalidad y violencia.

Las bandas se apropian de un espacio que no poseen legalmente pero que de hecho les pertenece, puesto que ahí es donde buscan la evasión a sus problemas mediante prácticas que muchas veces irritan a las mayorías como el pintarrapear paredes. Recurren a espacios de difusión de alcance masivo que contrarrestan los mensajes convencionales emitidos por los medios masivos de comunicación, los cuales tratan a los jóvenes como simples receptores automatizados que aceptan todo lo que se les plantea como óptimo. No tienen confianza en el discurso oficial dirigido a la juventud cuya finalidad es encasillarla en un molde en el que no todos encajan (desigualdad económica).

Es por eso que en la calle (su lugar de esparcimiento) hablan del sentir de las bandas. Enajenadas o no con el rock pero nadie habla por ellas, hablan de sí mismas.

Distinguida por su carácter antisocial o mejor dicho anticonvencional, la protesta juvenil impugna una más justa y real participación del adolescente en la toma de decisiones en todos los ámbitos sociales.

La protesta consiste precisamente en la denuncia pública de un derecho que no es tomado en cuenta por la mayoría de las instituciones sociales y que se vierte en contra de la sociedad con fuerza y violencia.



De igual forma el graffiti constituye una forma de protesta sobre todo de las clases marginadas que luchan por abrir un espacio en el que sea posible expresar sus gustos y preocupaciones. Aunque ciertos grupos marginados no se hallan bien organizados, como es el caso de las bandas, si representan una gran fuerza de contrapeso al aparato oficial de la sociedad. Su falta de participación y conciencia política depende no de su voluntad sino de su condición

marginal tanto económica como culturalmente. Por eso el graffiti resulta la vía más fácil para proyectarse en una sociedad que los niega y condena.

Como un proceso transformador lento del panorama urbano, el cual abarca a todas las clases sociales, se experimenta una movilización visual contracultural.

Aceptar o rechazar la práctica del graffiti no es la cuestión sino una atención mínima por parte de los estudiosos en comunicación y sociología de este fenómeno desarrollado principalmente por las bandas juveniles de la ciudad.

La protesta del graffiti está implícita no en su contenido sino más bien en la realización de dicha práctica. En su carácter rebelde radica la movilización y el cambio de una sociedad que constantemente está sujeta a transformaciones socioculturales.

Sobre el fenómeno del graffiti como recurso comunicativo de grupos juveniles marginados José Remus Araico, profesor de Psicología Social de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM opina: "Primeramente, el concepto de comunicación debe enfocarse a un problema social específico para definirlo. Tiene tantas acepciones que en un momento dado podría decirse que todo es comunicación.

Sin embargo es importante que en un modelo básico de comunicación las personas entiendan lo que se dicen unas a otras".

Dice categóricamente el profesor de Psicología: "la práctica del graffiti como recurso comunicativo es mala en la medida que no es eficaz pues en la mayoría de los casos causa enojo a la gente que los ve porque no les dice nada y por el contrario, consideran que este acto sólo ensucia las paredes. En el movimiento del 68 en México sí se observaban verdaderos graffitis que comunicaban algo a quienes se detenían a verlos. Por ejemplo la figura de una paloma blanca herida que por sí misma ya estaba simbolizando las demandas de los jóvenes. No era necesario ningún contenido verbal para comprender su significado. En otras ocasiones escribían sus ideas sobre las Olimpiadas con graffitis como ¡los Juegos Olímpicos son para los ricos!

En la actualidad -afirma el profesor de la Facultad de Ciencias Políticas- sólo se realizan graffitis como una descarga personal, un impulso antisocial que contienen un mensaje ideal por ejemplo, "Yo amo a Juanita" en donde Juanita significa marihuana. Raramente se ve algún graffiti interesante como "¿De veras el PRI y el PAN quieren el bien

de México?", el PAN pintado con azul y el PRI con los colores nacionales hacen verdaderamente reflexionar sobre esta lucha política y lo que realmente es México.\*

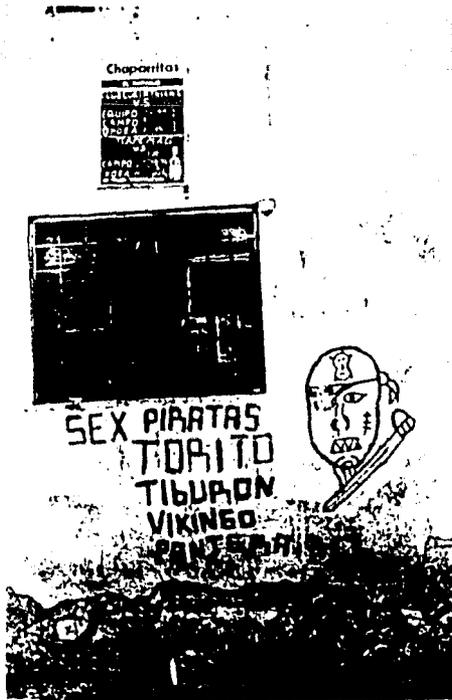
A pesar de las distintas opiniones que se generen en torno de este tema hay que resaltar que el fenómeno del graffiti, inmerso en la cultura popular se da como resultado de la impotencia social de las diversas instituciones sociales. En una época de violencia y crisis, el graffiti significa una reacción natural de los estratos sociales más afectados por la cultura y economía decadentes del país (altos niveles de inflación, desempleo, sobrepoblación y contaminación).

El control que pretenden ejercer las instituciones (familia, policía, escuela, etc) sobre los jóvenes está perdiéndose por sí mismo. No habiendo oportunidades de trabajo, participación y comunicación, la única alternativa es acudir a un real e inmediato modo de vida. La necesidad de creación y cambio encuentra un posible desarrollo en la cultura popular.

Para saberse, sentirse vivo, el ser humano requiere de constantes cambios en su vida social; la creatividad, la invención son parte de él. Pero cuando las condiciones sociales le niegan este derecho, surge un motivo de

\* B. González Lima, entrevista realizada en febrero de 1986 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

autoafirmación muy suigeneris, que por consecuencia va a chocar con los intereses definidos de quienes poseen los medios para reproducir los bienes materiales y culturales.



Por consiguiente, la práctica del graffiti tiene las siguientes connotaciones:

VIDA: Con los graffitis las paredes, postes, casetas y camiones cobran vida; hay manifestaciones de existencia.

**CREACION:** Dentro de sus límites culturales, los practicantes de graffitis tienen la oportunidad de sacar a la luz su ingenio o habilidad para transmitir sus emociones.



**AUTOAFIRMACION:** Los practicantes de graffitis confirman la existencia de jóvenes agrupados en bandas con características bien definidas.

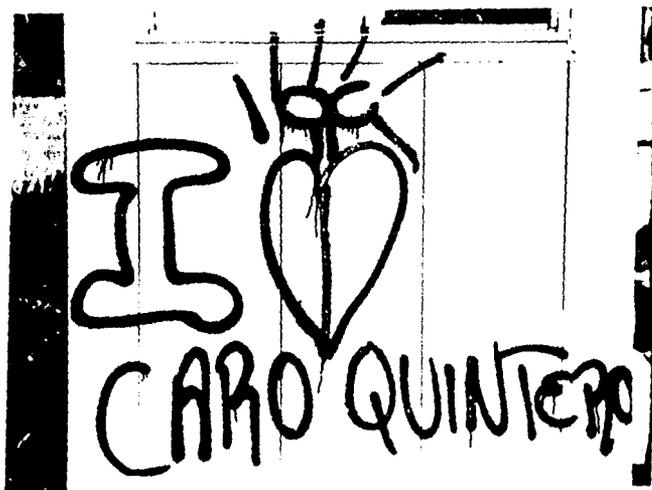
**CAMBIO:** Las denuncias del graffiti no son invisibles. A pesar del posible rechazo que produzcan en mucha gente, los lemas, insignias y demás variedad de graffitis permanecen en la conciencia humana. La realidad actual no se puede negar. Los graffitis forman parte de la ciudad, la cual ha

cambiado para transformar la perspectiva de todo transeñnte.

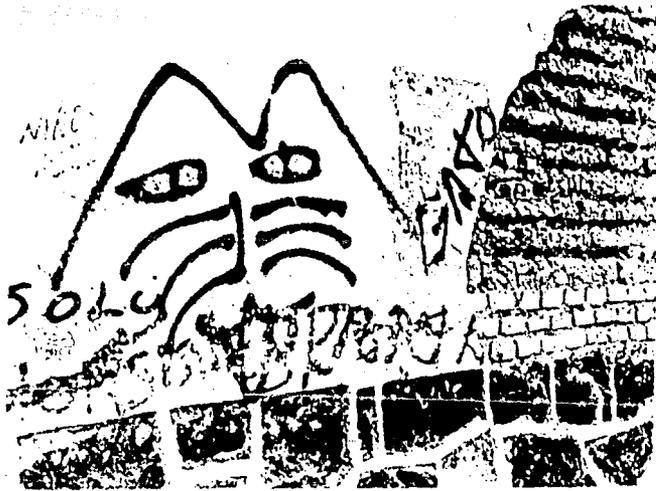
En entrevista con dos de los pintores y escultores Castro Leñero, Miguel y José expresan lo siguiente en cuanto a la aparición del fenómeno del graffiti:

Miguel: " La aparición de este fenómeno se debe principalmente a una necesidad de expresión. El graffiti representa la posibilidad de salir del anonimato. Es un juego ambiguo que se da de una manera ficticia. Nadie va a ubicar quien lo hizo, sin embargo este juego no es tan ficticio porque se ve y en esto radica su importancia, los graffitis son visibles."

José: "La falta de un foro para poder decir algo es lo que motiva la realización de graffitis en las calles. No es mucho lo que se dice pero lo que cuenta es el deseo de crear algo."



"Los graffitis que realizan las bandas contienen una fuerza visual artística -dice Miguel Castro Leñero, el menor de los cuatro hermanos- porque el lenguaje callejero se ha incorporado al lenguaje visual y ha enriquecido el



arte pictórico contemporáneo, por ejemplo esto es notorio en artistas como Antony Tapiez y Germán Venegas".

Asimismo, señala Miguel- en los graffitis se encuentran hallazgos muy interesantes a nivel iconografía pues están demostrando una gran capacidad de resolución de formas y un constante amalgamamiento de elementos aparentemente contradictorios.

" Más que un impulso antisocial, la realización de graffitis es un impulso creativo, vital, que hace patente la existencia de grupos juveniles marginados. Podría interpretarse esta práctica como la imagen gráfica de un estrato social, señala por último José Castro Leñero".

#### LA EXTERIORIDAD INEVITABLE".

Al referirse a la práctica de graffitis hay que hablar de un fenómeno de contracultura ya que éstos rompen con toda aceptación moral y legal de la sociedad. Los graffitis violan la propiedad, y esto parece importarles muy poco a los "chavos banda" pues ellos, en su condición de marginados no poseen otro espacio que no sea la calle, donde pasan la mayor parte del tiempo.

También hay que introducir la práctica del graffiti en el concepto de cultura popular, la cual recoge toda manifestación creativa de una comunidad determinada sin discriminar económica o educacionalmente, ya que todos forman parte del conglomerado cultural.

Los graffitis son populares porque son anónimos y están al alcance visual de todos. Pertenecen a todos porque connotan orgullo e impotencia, alegría o depresión,

\* B. González Lima, entrevista realizada en febrero de 1986 en casa de los hermanos Castro Leñero.

desesperación e inconformidad, estados de ánimo que diariamente se experimentan pero se reprimen.

La comunicación intergrupal de las bandas a través de



los graffitis se lleva a cabo a un nivel emotivo en el que se denuncian las impresiones del ser humano para inducir a una respuesta ya sea como inscripción, reflexión o acción.

Carlos Monsiváis define a la calle con las siguientes características cuyas acepciones respaldan la idea del graffiti inmerso en la comunicación popular y cotidiana:

"Inevitablemente en las imágenes y atmósfera de la calle se da algo parecido a un proceso histórico porque la calle es un espacio privilegiado del cual derivar temas y ajustes formales, no escenario fugaz sino protagonista central, terco y ubicuo, lo que se opone a la intimidad burguesa y la intimidad de la mayoría que se exhibe para destruirse y reconstruirse a la vista de todos". \*

La calle -señala Monsiváis- "es el paisaje donde la historia fija sus devastaciones cotidianas. Es el gran impulso de la creatividad popular. Sinónimo de vida urbana. Del destino arbitrario, de la imposible vida privada de los pobres. Identidad secreta y pública de la ciudad y la conspiración gozosa de los marginados. La exterioridad inevitable. La calle es un lenguaje natural e impracticable, el filo castrador y fatal de las palabras de nadie".



\* "Poesía desde la calle, Poesía contra la calle". De Carlos Monsiváis que aparece en la revista Siempre, Agosto 29 de 1984.

## CONCLUSIONES

El graffiti- manifestación clandestina que pretende dar a conocer públicamente nombres, hechos, ideas o sentimientos que se profesan a través de mensajes gráficos sobre una pared o un muro se caracteriza por la rapidez y espontaneidad en su realización, la cual implica clandestinidad, protesta y transgresión.

La práctica del graffiti tiene su historia desde la época greco-romana y ha tenido diferentes motivaciones, según la época y las circunstancias. Actualmente la mayoría de los graffitis son realizados con aerosol y esta práctica ha sido retomada de grupos juveniles marginados especialmente de la Ciudad de Nueva York.

Los cholos, con características muy parecidas a los pachucos de los años cuarenta son los primeros en introducir los graffitis al norte de la República y posteriormente a Michoacañ, Jalisco y el Distrito Federal.

En la Ciudad de México las inscripciones gráficas sobresalen en las calles de colonias proletarias, cuya condición de marginación propicia la aparición de este fenómeno. Santa Fe es una de las zonas del Distrito Federal en donde las bandas llevan a cabo la práctica de graffitis

con los cuales se dan a conocer entre ellos como grupos y luego con el resto de la población. Dibujan "logotipos" de la banda, símbolos con figuras de animales, escriben el nombre de un grupo de rock, apodos, piden alto a la represión policiaca o se burlan de algún personaje famoso.

Considerando al proceso de comunicación con base en la producción-circulación-consumo tenemos que los centros de producción corresponden a las bandas de Santa Fe con sus respectivas condiciones sociales de existencia, la circulación a la inscripción rápida, espontánea y transgresora de los graffitis y la recepción a la forma como se percibe esta práctica a nivel intergrupala y a nivel social (el resto de la población).

Asimismo el ambiente de violencia en el que se desenvuelven las bandas (peleas entre ellos, la relación antagónica con la familia y la policía) hace surgir mensajes gráficos de que se imponen en una sociedad que los reprime y margina.

Cuando se extiende esta práctica intergrupala de comunicación tiene alcances transgresores y contraculturales que se insertan en el desarrollo comunicativo de la cultura popular, cuyas bases determinan

la existencia de dos culturas opuestas: una hegemónica y otra subalterna.

En la cultura subalterna es donde más fácilmente surgen nuevos hábitos de comunicación que responden a necesidades más inmediatas de vida. Asimismo, la cultura subalterna se desarrolla siempre bajo una actitud opuesta a la que dicta la cultura hegemónica.

Se concluye así que la falta de espacios de expresión produce una regresión cultural hacia épocas primitivas. Cuando el hombre necesita decirle algo a su compañero rasca y pintarrajea las paredes, para después crear todo un código de lenguaje. De igual forma surgen nuevos intentos de expresión dentro de nuestra ostentosa sociedad moderna porque aún existen grupos humanos a los que la tecnología y la industria de la comunicación no les está sirviendo de nada (en la medida en que son poseídas por un sector de la sociedad que legitima su poder de clase), y la comunicación a nivel familiar resulta mucho más difícil.

Los nuevos intentos de expresión se realizan ahora de forma gráfica en las grandes ciudades para que las paredes y el tiempo sean testigos del sentimiento o la desesperación individual como respuesta a un cansancio cultural, personal y político.

De ahí que las bandas juveniles marginadas tengan una manera muy particular de comunicarse intergrupalmente con graffitis y no les importe ensuciar las paredes pues de todas formas su espacio está sucio, con una sobre población desempleada y desconfiada que se desenvuelve en la violencia y la contaminación.

El problema no consiste en la suciedad de las calles a causa de los graffitis . Más bien radica en las condiciones de desventaja a las que está sujeta una gran parte de la juventud mexicana. Lo cual propicia la aparición de manifestaciones contrarias a las que exige la sociedad convencional.

Hoy más que nunca se hace imprescindible buscar nuevas vías de expresión y participación de los sectores jóvenes, así como evitar la acusación y señalamiento de grupos juveniles marginados originados debido a constantes contradicciones institucionales, las cuales no han sabido enfrentar los problemas sociales y emplean el autoritarismo y la violencia para encubrirlos. Asimismo, reconocer en cualquier manifestación humana un intento de reconocimiento social inmerso en sociedades sometidas a continuos cambios culturales.

La experiencia a través de la observación y las entrevistas con las bandas de la subdelegación Santa Fe comprueba la hipótesis propuesta: la realización de graffitis es un recurso comunicativo de grupos juveniles marginados con necesidad de ser tomados en cuenta por una sociedad que no les ofrece mucho para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales.

Así el graffiti resulta un código de comunicación intergrupala de las bandas que se distinguen de los demás jóvenes por buscar sus propios recursos para adquirir reconocimiento social. Los graffitis se erigen como mensajes impuestos, al igual que los transmitidos por los medios masivos de comunicación, pero de una manera ilegítima y violenta hacia una sociedad que los margina. Es por eso que con la práctica de graffitis las bandas mantienen una posición contestataria ante la sociedad.

Por último, pretendiendo reconocer todos los valores sociales de los graffitis, se propone su estudio como objeto de diversas disciplinas: semiología, psicología, sociología y arte entre otras, ya que su práctica implica una serie de cuestionamientos sobre el hombre y la cultura en la que se desenvuelve.

### Reporte sobre entrevistas

Se elaboraron cincuenta cuestionarios de muestreo no probabilístico ("procedimiento en que se escoge arbitrariamente a la persona entrevistada"),\* con el fin de obtener respuestas fáciles de controlar. Sin embargo, dado la importancia del tema, se realizaron adicionalmente entrevistas profundas, con las cuales fue posible conocer más abiertamente el aspecto emotivo de cada uno de los jóvenes.

El cuestionario constó de cuarenta preguntas clasificadas en cuatro bloques: el primero se enfoca al conocimiento de la banda (desarrollo y actividades), el segundo a la práctica del graffiti (cómo y por qué se realiza esta práctica). El tercer bloque se refiere a la relación que se establece entre los jóvenes y los medios masivos de comunicación. Y el último tiene el propósito de conocer la dimensión socioeconómica de los integrantes de las bandas en Santa Fe.

En un ambiente musical, cigarros y en ocasiones bebidas alcohólicas y marihuana, la mayoría de ellos respondían el cuestionario de manera interesada y amigable.

\* Guillermina Baena Paz, Instrumentos de investigación. p.64

Diez diferentes bandas fueron entrevistadas en sus respectivos territorios. La tarea no fue fácil puesto que nadie quería reconocer que pertenecía a una de ellas. Para hacer contacto se requirió de una persona que los conociera y les infundiera confianza de acceder a las entrevistas.

Jaime y Adrián (compañeros de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales) y Juan José Palominos (Organizador de eventos del CREA) fueron los intermediarios. Gracias a su colaboración fue posible entrevistar a cincuenta jóvenes de las siguientes bandas:

Guerreros	Salvajes
Británicos	Morsis
Niños Malos	Sallys
Perkins	Niños Bolivianos
Verdugos	Bad Company

CUESTIONARIO SOBRE GRAFFITIS EN LA SUBDELEGACION SANTA FE.

Sexo: \_\_\_\_\_ Cuestionario \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

1.- ¿De qué banda eres integrante?

\_\_\_\_\_

2.- ¿Cuántas personas la integran?

\_\_\_\_\_

3.- ¿Cuántas bandas existen en Santa Fe?

\_\_\_\_\_

4.- ¿Cuáles son las más importantes?

\_\_\_\_\_

5.- ¿En qué consiste su importancia?

a) Número de integrantes \_\_\_\_\_ b) Tiempo de formación \_\_\_\_\_

c) Popularidad \_\_\_\_\_ d) Actos delictivos \_\_\_\_\_ e) \_\_\_\_\_

6.- ¿Incluyen mujeres en la formación de una banda?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) Rara Vez \_\_\_\_\_

7.- ¿Cómo empezaste a reunirte con la banda?

\_\_\_\_\_

8.- ¿Qué es lo que haces cuando te reúnes con ella?

- a) Oír música \_\_\_\_\_ b) Platicar de nuestras inquietudes \_\_\_\_\_  
c) Tomar \_\_\_\_\_ d) Estar de ociosos \_\_\_\_\_ e) Jugar \_\_\_\_\_

9.- ¿De qué manera se comunican entre las bandas?

- a) Cartas \_\_\_\_\_ b) Silbidos \_\_\_\_\_ c) Pintas de bardas \_\_\_\_\_  
d) En las tocadas de rock \_\_\_\_\_ e) No hay comunicación \_\_\_\_\_

10.- ¿Son las bandas las que hacen puntas en las bardas?

- a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) A VECES \_\_\_\_\_

11.- ¿Lo hacen individualmente?

- a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) A VECES \_\_\_\_\_

12.- Las pintas van dirigidas a:

- a) Alguien en especial \_\_\_\_\_ b) El público en general \_\_\_\_\_  
c) Nosotros mismos \_\_\_\_\_

13.- ¿Por qué escogen las paredes para decir algo?

- a) Es el único medio de expresarse \_\_\_\_\_  
b) Es importante que lo lean todos \_\_\_\_\_  
c) Va contra lo establecido \_\_\_\_\_  
d) Otras razones \_\_\_\_\_

14.- ¿Sugieres o criticas algo que consideres importante a través de las pintas?

- a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) A VECES \_\_\_\_\_

15.- ¿Qué es lo que más se escribe y para qué?

---

16.- ¿Con qué pintan?

- a) Aerosol \_\_\_\_\_ b) Pinturas \_\_\_\_\_ c) Plumones \_\_\_\_\_  
d) Otros \_\_\_\_\_

17.- ¿Hay algún momento en especial que te motive a pintar algo sobre las paredes?

---

18.- ¿Has tenido la oportunidad de expresar tus inquietudes a alguna institución como el CREA, un programa de radio, televisión, periódico o revista?

- a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

19.- ¿Practicas algún deporte?

---

20.- ¿Qué programa de televisión te gusta más?

- a) Policiaco \_\_\_\_\_ b) Musical \_\_\_\_\_ c) Deportivo \_\_\_\_\_  
d) Cómicó \_\_\_\_\_ e) Cultural \_\_\_\_\_ f) Caricaturas \_\_\_\_\_  
g) Informativo \_\_\_\_\_ h) Telenovelas \_\_\_\_\_

21.- ¿Qué estación de radio escuchas?

- a) Música en inglés \_\_\_\_\_ b) Música Tropical \_\_\_\_\_  
c) Música en inglés y en español \_\_\_\_\_ d) De tipo cultural \_\_\_\_\_  
e) Otra \_\_\_\_\_

22.- ¿De qué tipo te gustan las películas?

- a) Violencia \_\_\_\_\_ b) Musical \_\_\_\_\_ c) Historias de Amor \_\_\_\_\_  
d) Cómica \_\_\_\_\_ e) Suspense \_\_\_\_\_ f) Ciencia Ficción \_\_\_\_\_  
g) Otras \_\_\_\_\_

23.- ¿Qué te gusta leer más?

- a) Historietas \_\_\_\_\_ b) Revistas Musicales \_\_\_\_\_  
c) Revistas de política \_\_\_\_\_ d) De deportes \_\_\_\_\_  
e) Fotonovelas \_\_\_\_\_ f) Periódicos \_\_\_\_\_ g) Nota roja \_\_\_\_\_  
h) Nada \_\_\_\_\_ i) Libros \_\_\_\_\_

24.- ¿En qué te afecta la crisis económica por la que estamos  
atravesando?

- a) En mi alimentación \_\_\_\_\_ b) En mis estudios \_\_\_\_\_  
c) No puedo comprarme ropa \_\_\_\_\_ d) No puedo ir al cine \_\_\_\_\_  
e) No tengo todos los servicios en mi casa \_\_\_\_\_  
f) No puedo comprar revistas, cassettes, cigarros \_\_\_\_\_  
g) No tengo empleo \_\_\_\_\_

25.- ¿Quién crees que es el responsable de la actual situación  
económica del país?

- a) El Presidente \_\_\_\_\_ b) El Gobierno o el PRI \_\_\_\_\_  
c) Los políticos corruptos \_\_\_\_\_ d) Los empresarios \_\_\_\_\_  
e) Los trabajadores \_\_\_\_\_ f) Los comerciantes \_\_\_\_\_  
g) La gente floja \_\_\_\_\_ h) No sé \_\_\_\_\_

26.- ¿Crees que las medidas económicas puestas en práctica por el Gobierno son las adecuadas?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) NO SE \_\_\_\_\_

27.- ¿Qué es lo que te disgusta más del D.F.?

a) Smog \_\_\_\_\_ b) Basura \_\_\_\_\_ c) Violencia \_\_\_\_\_  
d) Policía \_\_\_\_\_ e) Medios de transporte \_\_\_\_\_ f) Nada \_\_\_\_\_  
g) Sobrepopulación \_\_\_\_\_

28.- ¿Te inclinas por algún partido político?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

29.- ¿La banda a la que perteneces persigue algún fin político?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

30.- ¿Cuántos familiares que viven en tu casa trabajan y ayudan al gasto familiar?

---

31.- ¿Cuál es el medio de transporte que empleas con más frecuencia?

a) Metro y Autobús \_\_\_\_\_ b) Autobús \_\_\_\_\_ c) Pesero \_\_\_\_\_  
d) Coche propio \_\_\_\_\_

32.- ¿Cómo consigues el dinero para tus gastos personales?

a) Trabajando \_\_\_\_\_ b) Me lo dan mis padres \_\_\_\_\_  
c) Ahorro en el banco \_\_\_\_\_ d) Robando \_\_\_\_\_ e) No contestó \_\_\_\_\_

33.- ¿En qué gastas más tu dinero?

a) Discos, posters, cassettes, revistas, prendedores \_\_\_\_\_

b) Ropa y zapatos \_\_\_\_\_ c) Bebidas alcohólicas \_\_\_\_\_

d) Diversiones \_\_\_\_\_ e) Alimentos \_\_\_\_\_ f) Viajes \_\_\_\_\_

g) Productos de tocador \_\_\_\_\_.

34.- ¿Cuáles son los líquidos y alimentos que consumes con menos frecuencia?

a) Leche \_\_\_\_\_ b) Agua potable \_\_\_\_\_ c) Café \_\_\_\_\_

d) Refrescos \_\_\_\_\_ e) Carne \_\_\_\_\_ f) Huevos \_\_\_\_\_

g) Fruta \_\_\_\_\_ h) Pescado \_\_\_\_\_ i) Bebidas alcohólicas \_\_\_\_\_

j) Verduras \_\_\_\_\_ k) Golosinas \_\_\_\_\_

35.- ¿Cuál es tu grado de escolaridad?

---

36.- ¿Cuando compras ropa te preocupa que sea de moda?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_

37.- ¿Por qué?

---

38.- ¿De qué manera te desahogas cuando te sientes deprimido?

---

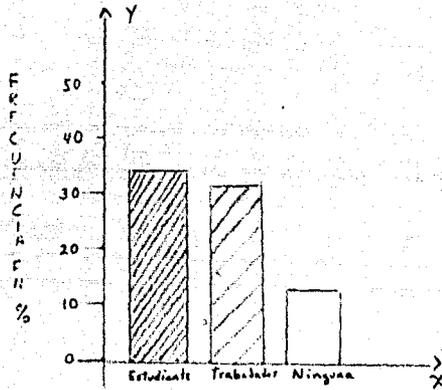
39.- ¿Consumes alguna droga?

a) SI \_\_\_\_\_ b) NO \_\_\_\_\_ c) A VECES \_\_\_\_\_

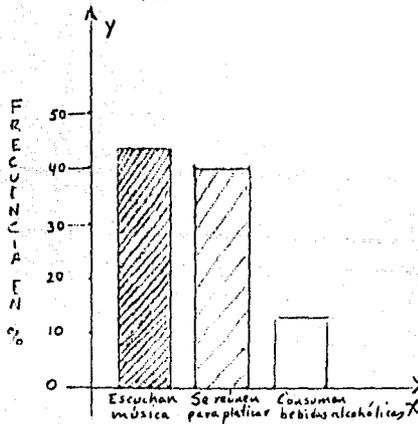
40.- ¿Con quién de tu familia hablas de tus gustos o preocupaciones?

---

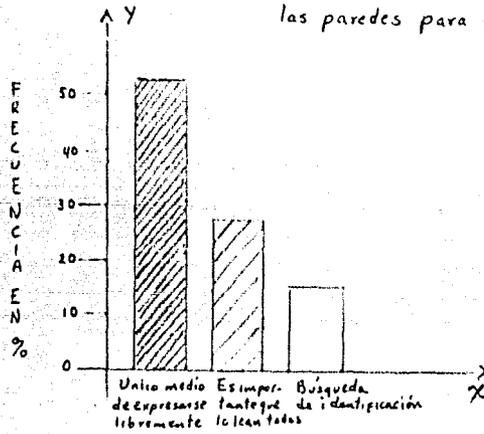
GRAFICA 1 : Ocupación



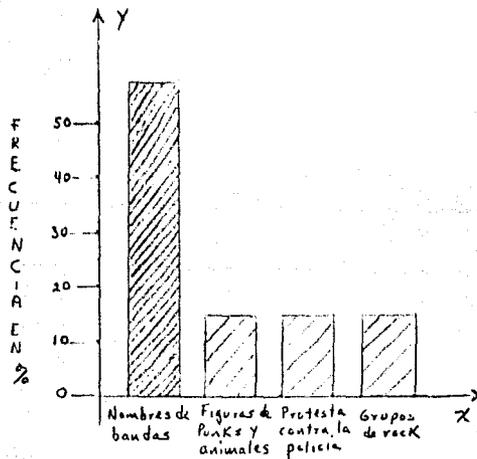
GRAFICA 2 : Actividades de la banda



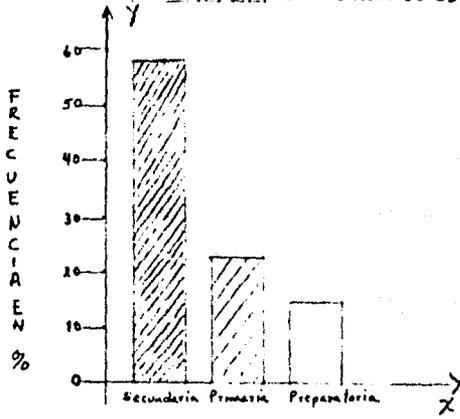
GRAFICA:3 Motivos por los que se escogen las paredes para expresarse



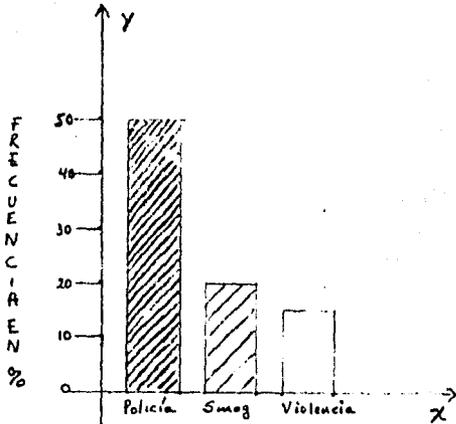
GRAFICA :4 Temas de graffitis .



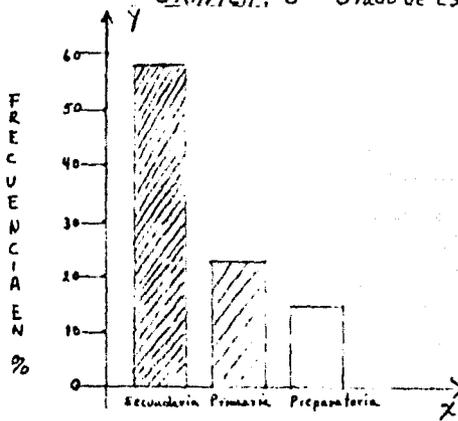
GRAFICA: 5 Grado de escolaridad



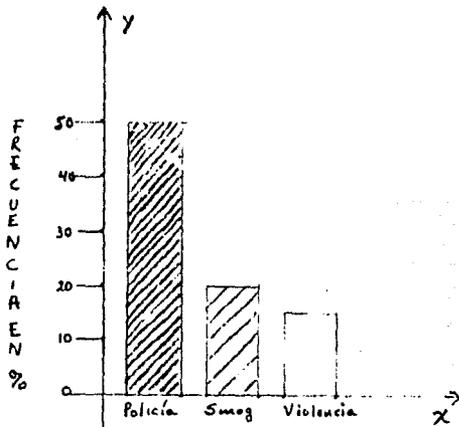
GRAFICA: 6 Motivos de inconformidad en el D.F.



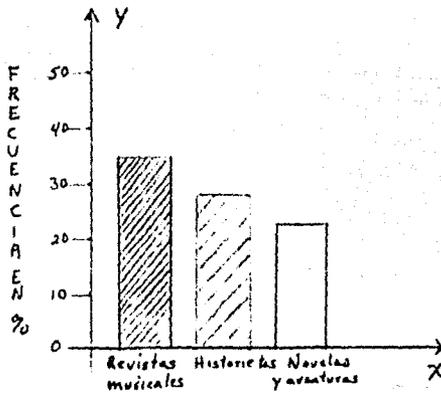
GRAFICA: 5 Grado de escolaridad



GRAFICA: 6 Motivos de inconformidad en el D.F.



GRAFICA:7 Lectura favorita



BIBLIOGRAFIA:

1. Azis Nassif Alberto  
La Cultura subalterna en México
2. Baena Paz Guillermina y Montero Olivares Sergio  
Comunicación, un nuevo enfoque
3. Baena Paz Guillermina.  
Instrumentos de investigación  
Editores Mexicanos Unidos.  
México, D.F. 1984.
4. Bisky Lothar  
Crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas  
Ediciones de la Torre  
Madrid 1982.
5. Ardiles Osvaldo y Casalla Mario Carlos  
Cultura popular y filosofía de la liberación
6. Davidson Spencer  
The tribes of Britain  
Revista Time
7. De Villena Luis Antonio  
La revolución cultural (desafío de una Juventud)
8. Dirección General de Juventud y Promoción Sociocultural.  
Ministerio de Cultura de España.  
Cultura y Deporte.  
Revista de Estudios sobre la Juventud CREA.  
Julio 1983
9. Ernest L. Abel and Buckley L.  
The handwriting on the wall.  
Greenwood Press. Westport, Connecticut. 1977.
10. Goded Jaime  
Antología sobre la comunicación humana  
Lecturas universitarias  
UNAM 1976.

11. García Canclini Néstor  
Cultura y Sociedad  
Dirección General de Educación Indígena de la SEP.  
México 1981
12. GómezJara Francisco  
Una aproximación sociológica a los movimientos  
Juveniles y al pandillerismo en México  
Revista de Estudios sobre la Juventud CREA.  
Julio 1983
13. Gurrieri Adolfo  
Estudios sobre la Juventud marginal latinoamericana  
Editorial Siglo XXI. México, D.F. 1971
14. López Castro Gustavo  
El Cholismo en Michoacán  
Revista de Estudios sobre la Juventud CREA.  
Enero-Marzo 1984.
15. Marx Carlos  
Contribución a la crítica de la Economía  
Política  
Ediciones Quinto Sol, México, D.F.
16. Mattelart Armand  
La comunicación masiva en el proceso de  
liberación  
Editorial Siglo XXI. México, D.F. 1978
17. Monsiváis Carlos  
Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las  
culturas populares  
Revistas Cuadernos Políticos No. 30.
18. Monsiváis Carlos  
Poesía desde la calle, poesía contra la calle  
Revista Siempre No. 1627. Agosto 29, 1984.
19. Piccini Mabel  
Introducción a la pedagogía de la comunicación  
Universidad Autónoma Metropolitana 1986.
20. Prieto Castillo Daniel  
Diseño y Comunicación  
Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco  
1a Edición 1982. México, D.F.

21. Reisner Robert  
Two thousand years of Wall Graffiti  
Henry Regnery Company. Chicago 1971
22. Roszak Theodore  
El nacimiento de una contracultura  
Editorial Kairós. Séptima edición 1981.  
Barcelona.
23. Sabater Antonio  
Juventud inadaptada y delincuente  
Editorial Hispano Europea. Barcelona.
24. Santa Ana Armando  
El nuevo muralismo: garabatos, mensajes anónimos  
y madre y media  
La cultura en México, suplemento de la revista  
Siempre. Febrero 1983. No. 1080.
25. Solís Sánchez Antonio  
Reflexiones teóricas sobre el concepto de Juventud  
Revista de Estudios sobre la Juventud CREA