

ISSN: 2007-2112

PUBLICACIÓN SEMESTRAL
AÑO 3/ NUMERO 5/2011
REVISTA DE DIVULGACIÓN
CIENTÍFICA DE LA FACULTAD DEL
HÁBITAT DE LA U.A.S.L.P.
PRECIO EN MÉXICO: \$60.00
EN EL EXTRANJERO: 8.00 USD

H+D

HÁBITAT MÁS DISEÑO

Colaboradores en este número

Magdalena Jaime Cepeda
Ma. Del Rosario Valdez Huerta
Jorge Lainez Jamieson
Eduardo Santos Perales
Eustaquio Ceballos Dorado
Mónica Susana De La Barrera Medina
Ricardo Carrillo Maciel
Salvador Espinosa Muñoz
Jorge Aguillón Robles
Gerardo Javier Arista González
Guadalupe Eugenia Nogueira Ruiz
Francisco Javier Quirós Vicente
Alejandra Torres Landa López



FACULTAD
DEL HABITAT

Directorio

Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Mario García Valdez
Rector

Manuel F. Villar Rubio
Secretario general

Luz María Nieto Caraveo
Secretaría académica

Dr. Fernando Toro Vázquez
Secretario de investigación

Facultad del Hábitat
Anuar Abraham Kasis Ariceaga
Director

María Dolores Lastras Martínez
Secretaría académica

Fernando García Santibáñez Saucedo
Coordinador del posgrado de la Facultad
del Hábitat

Jesús Victoriano Villar Rubio
Coordinador de Investigación de la Facultad
del Hábitat

Carla de la Luz Santana Luna
Editora

Eulalia Arriaga Hernández
Redacción

Ana Luisa Oviedo Abrego
Traducción y corrección del inglés

Luis Rosendo Martínez Rangel
Ismael Posadas Miranda García
Diseño editorial
CEDEM, Centro de Diseño Editorial
y Multimedia, Facultad del Hábitat

H+D HÁBITAT MAS DISEÑO, año 3, número 5, Enero-Junio 2011, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Álvaro Obregón #64, Centro Histórico, C.P. 78000. San Luis Potosí, S.L.P. A través de la Facultad del Hábitat por medio del Instituto de Investigación y Posgrado del Hábitat. Con dirección en: Niño Artillero # 150, Zona Universitaria C.P. 78290. San Luis Potosí, S.L.P. Tel. 448-262481. <http://habitad.uaslp.mx>. Editora responsable: Carla de la Luz Santana Luna. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2010-120716055100-102. ISSN: 2007-2112. Licitud de Título y Licitud de Contenido: en trámite. Impresa en los Talleres Gráficos Universitarios, Av. Topacio esq. Blv. Río Española s/n, Fracc. Valle Dorado, C.P. 78399, San Luis Potosí, S.L.P. Este número se terminó de imprimir el 1 de Octubre de 2011 con un tiraje de 1000 ejemplares.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, a través de la Facultad del Hábitat.

Colaboradores en este número

Magdalena Jaime Cepeda
Ma. Del Rosario Valdez Huerta
Jorge Lainez Jamieson
Eduardo Santos Perales
Eustaquio Ceballos Dorado
Mónica Susana De La Barrera Medina
Ricardo Carrillo Maciel
Salvador Espinosa Muñoz
Jorge Aguillón Robles
Gerardo Javier Arista González
Guadalupe Eugenia Nogueira Ruiz
Francisco Javier Quirós Vicente
Alejandra Torres Landa López

Comité editorial y de arbitraje

Dr. Felix Beltrán Concepción
Universidad Autónoma Metropolitana

Dra. Silvia Fernández Hernández
Universidad Nacional Autónoma de México

Dra. Silvia Verónica Ariza Ampudia
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Dra. Mercedes B. Rosell Lam
Universidad de la Habana. Cuba

MCM. Gabriel de Jesús Fonseca Servin.
Universidad de Colima

Dr. Alejandro Galván Arellano
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

MDG. Irma Carrillo Chávez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Dr. Jesús Villar Rubio
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Dr. Adrián Moreno Mata
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

Los artículos publicados por **H+D HÁBITAT MÁS DISEÑO** son sometidos a un estricto arbitraje de pares académicos, en la modalidad de árbitros y autores desconocidos. Los pares académicos son en su mayoría externos a la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Índice

Carta editorial	3
Presentación	6
Conjugando diseño gráfico y arte activista en el dogma social de las tribus urbanas de la Escuela de Artes Plásticas de la UA de C.	10
Magdalena Jaime Cepeda Eduardo Santos Perales Jorge Lainez Jamieson Ma. del Rosario Valdez Huerta	
La división de la ciudad de Zacatecas, en cuarteles, 1796	23
Eustaquio Ceballos Dorado	
Un acercamiento de la antropología social al diseño	31
Mónica Susana De La Barrera Medina	
Propiedades físicas y mecánicas de concreto que contiene agregado reciclado	39
Ricardo Carrillo Maciel	
Simulación solar para el diseño de vivienda de interés social en las zonas media y centro de San Luis Potosí	46
Salvador Espinosa Muñoz Jorge Aguillón Robles, Gerardo Javier Arista González	
Plataforma eVirtual de la UASLP: Un gran apoyo a nuestros cursos.	57
Guadalupe E. Nogueira Ruiz	
Estudio iconográfico, compositivo y de conservación del lienzo de la presentación de la virgen en el templo, anonimo del siglo XVIII	67
Francisco Javier Quirós Vicente	
La infraestructura educativa no es únicamente edificios	76
Alejandra Torres Landa López	
Semblanzas	84
Guía para los autores	87



Conjugando diseño gráfico y arte activista en el dogma social de las tribus urbanas de la Escuela de Artes Plásticas de la UA de C.

Combining graphic design and the activist art in the social dogma of the urban tribes of the Plastic Arts School at the Autonomous University of Coahuila.

Magdalena Jaime Cepeda, Eduardo Santos Perales, Jorge Lainez Jamieson y Ma. del Rosario Valdez Huerta

Recibido: 20 julio 2010/ Dictaminado: 24 noviembre 2010

Resumen

El presente artículo muestra la problemática social que aqueja a algunas tribus urbanas, reflejada en la obra de los estudiantes de la Escuela de Artes Plásticas, de la Universidad Autónoma de Coahuila. Obra dentro de la cual se pretende identificar propuestas direccionadas al arte activista.

Palabras Clave: Tribus Urbanas, Activismo, Identidad, Problemática Social

Summary

This article shows the social problems that affect some of the urban tribes as it is shown in the work of the students at the Plastic Arts School of the Autonomous University of Coahuila. This works tries to identify the proposals towards the activist art.

Key Words: *Urban Tribes, Activist, Identity, Social Problems*

Hoy en día es difícil distinguir categorías sociales adolescentes por su aspecto externo, más bien se dan grupos y subgrupos de acuerdo con modas y gustos culturales más o menos autónomos o inducidos. Ante esto las sociedades de capitalismo maduro siguen atentamente los comportamientos adolescentes y crean modas más o menos duraderas y deformadoras de las auténticas.

Para Montelongo (2010), nuestros jóvenes del siglo XXI poco saben de historia y les incomoda cuando escuchan decir a alguien que hay que recuperar la memoria; no quieren hacerse cargo del pasado. Son jóvenes seducidos por el consumismo, cultural, sexual, económico o político, a fin de cuentas todo es creación del *marketing*.

La persona en ésta época de su vida [la adolescencia] pasa por una serie de cambios tanto psicológicos, como físicos y sociales que la llevan a una gran ansiedad que le genera confusión ya que se siente vacía y desorientada al encontrarse entre un pasado que no le sirve y un futuro incierto porque no cuenta con los recursos necesarios para lograr la autonomía que le exige la sociedad. (Erikson, 2000)

En este artículo haremos referencia a algunos estudios realizados al interior de la Escuela de Artes Plásticas de la Universidad Autónoma de Coahuila, en los que se ha detectado la necesidad de los jóvenes que forman parte de alguna tribu urbana, por expresar quiénes son.

Nos dirigiremos al activismo como medio para denunciar los problemas sociales; el arte, el diseño gráfico y la publicidad hacen uso del mismo y éste ha contribuido al desarrollo de conciencia social desde las décadas de los 80 y 90, en donde la labor gráfica de los seguidores de esta tendencia fue plantear el ámbito de la reflexión por medio de imágenes sugerentes y frases reflexivas alrededor de la temática que atañía a la época como el machismo, racismo y el homosexualismo.

Según Lippard (2006), el arte activista es, ante todo, un arte orientado en función del proceso. Tiene que tomar en consideración no sólo los mecanismos formales dentro del propio arte, sino también de qué modo llegará a su contexto y su público y porqué. Los métodos de producción del arte activista, tienen como lineamiento el estudio a profundidad del problema social, la convivencia del artista con el núcleo social al cual dirigirá su mensaje.

La fusión del diseño gráfico y el arte activista dan como resultado imágenes de reflexión en dichos problemas sociales, razón por la cual decidimos observar el trabajo de los estudiantes de artes plásticas y diseño gráfico que pertenecen a alguna tribu urbana y en cuya obra podremos ver reflejada su preocupación por la problemática actual.

El gran desafío para las familias, las iglesias, los gobiernos y la sociedad civil orga-

nizada, es dejar de rechazar a los jóvenes; de excluirlos, de ignorarlos de invisibilizarlos, de enfrentarlos en este contexto de mutaciones culturales. (Montelongo, 2010)

Todo este proceso, afirma Erikson (2000), se encuentra bajo la influencia del contexto en el cual se desarrolla el sujeto. Influyen los aspectos familiares, sociales, religiosos, morales, ambientales, culturales y políticos. Una de las principales molestias que aquejan a los jóvenes hoy en día es el hecho de que la sociedad los juzgue por su manera de vestir, sin detenerse a pensar si esto corresponde a una moda o a un estilo que los hace ver diferentes.

En el proceso de construcción de sí mismos, los jóvenes se ven obligados a intentar la integración al sistema a través de la educación y el trabajo pero se enfrentan a la exclusión cuando el modelo de los adultos les cierra las puertas de las oportunidades educativas que no son para todos y de los empleos, escasos por cierto, con cientos de requisitos que van desde la zona habitacional, la religión que se profesa, el partido político en el que se milita o los tatuajes y los piercings. (Montelongo, 2010)

Hoy en día es difícil distinguir categorías sociales adolescentes por su aspecto externo, pues más bien se dan grupos y subgrupos de acuerdo con modas y gustos culturales más o menos autónomos o inducidos. Con tatuajes o sin ellos, vestidos de “Emos”, “Darks” o “Indies”, cada joven es producto de una serie de mutaciones culturales que con un estilo propio manifiestan a la sociedad su percepción del mundo.

Las Tribus Urbanas

De acuerdo a Pere (2005), una tribu urbana se constituye como un conjunto de reglas específicas (diferenciadoras) a las que el joven decide confiar su imagen parcial o global, con diferentes —pero siempre bastante altos— niveles de implicación personal. Funciona casi como una pequeña mitología en donde sus miembros pueden construir con relativa claridad una imagen, un esquema de

actitudes y/o comportamientos gracias a los cuales salir del anonimato con un sentido de la identidad reafirmado y reforzado. En una tribu tienen lugar juegos de representaciones que le están vedados a un individuo normal. (Pere-Oriol Costa, 2005: 91-95)

Según Matus Madrid (2007), podemos comprender la emergencia de las “tribus urbanas” como nuevas formas de agrupación juvenil en las ciudades latinoamericanas, en relación con un contexto de cambio socio-cultural marcado por la tensión y la masificación y el desarrollo de microgrupos o “tribus”.

De acuerdo a Molina (2005) la música y la vestimenta son los dos vínculos de identidad que les permite a estas “tribus” la identificación, y con ello, la formación de redes personales. El contexto social en el que surgen estos grupos de jóvenes no es de manera preponderante en la marginación; en no pocos casos, se trata de miembros de la clase media y alta con acceso a la educación universitaria y con fuentes de ingresos que les permite sostener un estilo de vida y de consumo. La identidad de cada una de estas tribus variará según su ideología y según la persona misma.

Dentro de la breve aproximación conceptual que de las tribus urbanas y el mundo juvenil hace Matus Madrid (2000: 97-98) se encuentran los postulados de Michel Maffesoli, en los que la transformación de la Posmodernidad (o segunda modernidad) opera en el tejido social produce una sustitución de principios y mecanismos tradicionales que antes marcaban la forma de relacionarse de los sujetos. Se produce un tránsito de un eje de relación a otro:

- de la importancia de la organización político-económica, pasamos a la importancia de las masas.
- del sentido del individuo --- establecido según la función--- se pasa a la persona --rol---
- y de los grupos contractuales pasamos a las tribus afectivas.



Fig 1.

Las tribus urbanas han existido durante mucho tiempo y estas formas de agrupamiento social permiten a las personas (sobre todo a los jóvenes) expresar con más libertad sus preferencias y personalidades. Los miembros de estos grupos cuentan con distintas formas de relacionarse. Comparten ideas similares, emplean códigos comunes; frecuentan los mismos lugares y se sienten diferentes al resto de la sociedad, dentro de la cual tratan de encontrar un lugar seguro.



Fig 2.

Características de algunas de las Tribus Sobresalientes en la escuela de Artes Plásticas, según integrantes de esta comunidad

El Otaku

Almendra Picón, alumna del 5º semestre de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Coahuila; miembro de la tribu Otaku, mencionó que etimológicamente la palabra Otaku significa “aficionado” o “traumado” y aunque en Japón puede utilizarse de forma despectiva, en los

países de occidente su connotación tiene matices diferentes. La palabra “Otaku” hoy en día se utiliza para hablar sobre una persona que gusta del *manga* (comic japonés) y el *anime* (animación japonesa).

En México y en algunos otros países occidentales, los llamados otakus, suelen tener una afición muy grande por el *manga* y el *anime* (incluso hasta más grande que los japoneses). Utilizan las mismas ropas que sus personajes favoritos de caricaturas o videojuegos, es decir, hacen *cosplays* (del inglés *costume play*, que significa juego de disfraces) lo cual es una de sus principales aficiones. (Figuras 6 y 7)

Asisten con frecuencia a convenciones o festivales donde venden productos relacionados con los *animés*, *mangas*, videojuegos y películas favoritos. A pesar de ser unos fanáticos de “hueso colorado” y de adoptar costumbres que la gente no conoce, los Otakus normalmente son personas con un criterio amplio y suelen ser tolerantes a la hora de convivir con las demás “tribus”.



Los Otakus en la ciudad de Saltillo, se sienten una de las tribus urbanas más discriminadas de la sociedad.

Los Hipsters

El término proviene de la palabra “hippie” y es otra forma de llamar a los “indies”(independientes).

Describe la tendencia hacia lo “alternativo”, “antimoda”, moda urbana de clase media o clase alta; en la cultura juvenil, se refiere a personas jóvenes con cierto gusto por el *rock* independiente, un sentido irónico de la moda o una u otra manera de estilo “bohemio”.

En la escuela de Artes Plásticas un Hipster o Indie, es aquel alumno que no sólo tiene cualidades para pintar, sino que toma sus propias fotografías, busca exponer de manera independiente, emplea *softwares* de diseño para darles un toque especial a sus dibujos y además suele tocar algún instrumento musical o tener la habilidad de redactar bien.

Góticos y Emos

Elizabeth Cristina Gómez López, alumna del tercer grado de la Licenciatura en Artes Plásticas define a los Góticos como a un grupo para quien el arte es valiosísimo, a través del cual sus miembros expresan ideas y sentimientos transformando las cosas negativas como la tristeza y el odio del mundo en belleza.

Afirma que los Góticos son amantes de la literatura, dentro de la cual tienen una cierta inclinación por la poesía; y gustan también de la pintura y la música. (Figura 2)

Comenta que ésta tribu en particular tiene una forma más profunda de ver las cosas y lo manifiestan con su forma de vestir, que se distingue por el uso del color negro. La razón por la que prefieren ese color, dice Elizabeth, es que sienten la obligación de estar en luto por las desgracias y tragedias que suceden en todo el mundo, producto de la ignorancia de las personas.

Vestirse de negro es una forma de decir que están de luto, ya que para ellos la so-

Fig 3.






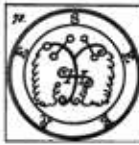

TRIBU	VESTIMENTA	COLORES	SÍMBOLOS	MUSICA
ROCKERS	<ul style="list-style-type: none"> * Cazadoras vaqueras * Camisas <p>Negro, azul, gris, rojo, marrón, blanco y marfil, por mencionar algunos.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Los pantalones tienen que ser vaqueros, de cuero, elásticos o militares. * Botas. * Pulseras con motivos bonitos y rebeldes. * Cadenas que tengan motivos militares. 	<p>Negro, azul y gris.</p> <p>Rojo, marrón y blanco.</p>		<p>Led Zeppelin, AC/DC, Black Sabbath, Aerosmith, Motorhead, VanHalen, Iron Maiden, Jimi Hendrix, Queen, Pinkfloyd, etc.</p>
PUNKS	<ul style="list-style-type: none"> * Crestas. * Botas militares con cordones de color rojo. * Zapatillas de skater, decoradas con cordones de rayas negras o con la "A" de anarquía. * Sudaderas de cremallera. 	<p>Negro, granate, morado, rojo o verde; cuadros blancos y negros.</p>		<p>The Ramones, The Clash, Boikot, Misfits, Anti-Flag, Eskorbuto, etc.</p>
FRESA	<p>Vanguardista, a la última moda; ropa de marcas prestigiadas.</p>	<p>Suaves.</p> <p>Rosa, violeta, beige, azul, blanco, verde, celeste.</p>		<p>Pop, house, disco, lo último que suena en las discotecas o bares.</p>
NACO	<p>Ninguna combinación, texturas y colores sin armonía.</p>	<p>Extravagantes, sin alguna ilusión.</p> <p>Amarillos, plateados, dorados, fosforescentes.</p>		<p>Popular. Cumbias, corridos, etc.</p>
RAPERO	<p>Ropa holgada, tenis deportivos, joyas extravagantes.</p>	<p>Metálicos, mezcillas oscuras, rojos, negros.</p>		<p>Hip hop, rap, música creada en las calles a base de rimas y con ideologías sobre el pueblo, la gente y sus situaciones.</p>
GOTICOS	<p>En el gótico son utilizado la mayoría de colores neutros, no tan claros y diversificados, quedando el negro como un color opcional entre otros tantos como el color vino, el morado, el rojo rubí, el gris, etc; las modalidades utilizadas no implican tiempo.</p> <p>Usan también vestimenta medieval, renacentista etc.</p>	<p>Negro, vino, el morado, el rojo rubí, el gris, etc</p>		<p>Bauhaus, Siouxsie & the Banshees, The Cure, Southern Death Cult, Sex Gang Children, 45 Grave, UK Decay, The Virgin Prunes, Alien Sex Fiend y Christian Death. Joy Division, Echo & the Bunnymen, Dead Can Dance, Adam and the Ants y Killing Joke</p>
EMOS	<p>Zapatos Converse o Vans</p> <p>Sudaderas ajustadas al cuerpo con capucha</p> <p>Camisetas pegadas al cuerpo con estampados femeninos</p> <p>Jeans de color negro entubados</p> <p>Riatas de tachés</p> <p>Estrellas rosadas en las correas o en los morrales</p> <p>Pelo de medio lado cubriendo el ojo derecho</p> <p>Piercing en la ceja izquierda y en el labio inferior izquierdo</p> <p>Colores: rosado y negro principalmente</p> <p>Algunos 'Emo' se maquillan los ojos de color oscuro al estilo gótico</p>	<p>Negro, rosado</p>		<p>Program The dead, Lostprophets, The used, Afi, Strung out, Kids in the way, The almost, Fightstar, Hawthorne Heights, Jimmy Eat World, Sunny Day, Real Estate (o SDRE), Planes Mistaken for Stara, The Get Up Kids.</p>

Fig 4.



Fig 5.

ciudad está muerta; por un lado, los valores sociales están decayendo; los adultos dicen una cosa y hacen otra, no les importa nada, piden respeto pero no lo dan; obligan a cosas como el estudio, pero no lo demuestran. Para el Gótico, la sociedad está en decadencia.

Respecto a los Emos, Gómez López los define como una tribu urbana que se ha vuelto muy popular entre los chavos. Se distingue por su vestimenta característica: Pantalones entubados, tenis, playeras a rayas, generalmente en blanco y negro; colores que suelen mezclar con el rosa y el morado. En cuanto al *look*, este grupo se caracteriza por su peinado con un fleco largo con un corte en diagonal, que cubre la mitad de sus rostros. Tanto los medios como algunos miembros de la sociedad han descrito a los Emos como personas muy emotivas y sensibles, insatisfechas con su vida y a quienes les gusta hacerse daño para sentirse vivos.

Se dice que los miembros de esta tribu tendían al suicidio. Sin embargo, esa forma de vestir y su fleco se han vuelto parte de una moda que ya no puede atribuirse como distintivo de una persona “Emo”. Y aunque hay quienes afirman que el fleco es para los Emos una cortina al mundo; que utiliza símbolos como estrellas, calaveras, alas y colores como el rosa, negro y morado, hoy en día vemos en la calle y en las escuelas, a jóvenes vestidos de esta manera que no necesariamente son suicidas potenciales. En el caso particular de los Emos de la Escuela de Artes Plásticas, Gómez López afirma: “Son

muy felices, solidarios, simples, simpáticos y agradables y en ningún momento he visto que traten de hacerse daño”.

Integrantes de Tribus Urbanas dentro de la Escuela de Artes Plásticas

Cecilia Salazar, egresada de la Escuela de Artes Plásticas, de 21 años, Erasmo Zamarrón Méndez, estudiante de diseño, con 22 años de edad e Israel Celestino Arzola, alumno de la carrera de Licenciado en Artes Plásticas, de 20 años, pertenecen a las tribus Otaku, Metalero y Gamer respectivamente, comentaron respecto a sus gustos e inclinaciones.

Los motivos para pertenecer a estas tribus fueron desde el gusto por el género Otaku, la inclinación por la cultura e ideología metalera y el entretenimiento. En cuanto a la forma en que ingresaron a estos grupos los alumnos afirmaron que mucha gente clasifica a los Otaku sólo por el hecho de conocer sus gustos por algo referente a Japón. Ceci confesó que sus gustos por la cultura japonesa se remontan a sus estudios en la secundaria, cuando empezó a escuchar *visual kei* (otro movimiento de *rock-japonés*) así como variedad de grupos de *rock*.

Erasmo inició sus gustos por el metal junto con un par de amigos, durante sus estudios en la secundaria, quienes constituían una minoría bastante notoria. Israel, por su parte mencionó que el querer poseer su propio video juego, contar con un *Tetrix* lo animó a esforzarse por el tener el propio y reafirmarse como Gamer.

Para pertenecer a los Otakus, es necesario conocer grupos y saber de la música. En cuanto a los metaleros, Erasmo dijo que el único requisito para pertenecer al grupo es escuchar música de ese género, mientras que para ser Gamer es indispensable tener la iniciativa de jugar. Respecto a sus reglas, un Otaku debe amar el “J-Rock”; para los



Fig 6.

metaleros existen ciertos estándares en cuanto a la vestimenta sin embargo no son una obligación. Un Gamer sólo debe tener pasión por lo que hace.

Los obstáculos que como tribu han encontrado son críticas por vestir de una manera y los confundan con un Emo u otra cosa, gracias a la ignorancia. Estos jóvenes aseguran que existe discriminación en todas partes, sin embargo se percibe un clima de respeto entre las demás tribus, aunque hay algunas a las que no pertenecerían. En relación a las preocupaciones de su tribu, manifestaron que está el hecho de ser pisoteados

por los políticos; el conformismo por parte de los ciudadanos y la necesidad de acción por parte de los jóvenes para conseguir lo que quieren. Dejaron ver que la violencia es un factor que marca a la sociedad así como la falta de apoyo a nuevos talentos ya que se ven obligados a buscar en otros lugares, apoyos que su país les niega. Dentro de las razones que tienen para producir sus obras están el simple hecho de comunicar por gusto y coincidieron en definir al gobierno como una farsa; considerar a la justicia como escasa, a la libertad como limitada; a la sociedad como un medio y a la democracia como algo sin solidez. Confesaron recurrir al arte así como a la ejecución gráfica como una forma de pasar el tiempo en el que el uso de la computadora y el dibujo emergen como favoritos bajo las técnicas digitales, tabletas y el lápiz. En cuanto a sus temáticas predilectas está la creación de personajes.

Estudios y hallazgos de los estudiantes de la Escuela de Artes Plásticas respecto a las Tribus Urbanas en la escuela.

Desde el 2008 distintos grupos de alumnos de Diseño Gráfico, ya sea dentro de la materia de Metodología Aplicada al Diseño o Taller de Investigación en Diseño, estudiaron algunos aspectos de las tribus urbanas, encontrando lo siguiente:

Tema: Tribus Urbanas y Stickers

En noviembre de 2009, Mayra Judith García García, Daniela López García, Marcela Gloria Gómez, Uziel Octavio Ibarra Mellado y Magaly Terry Dávila realizaron un estudio relacionado con Tribus Urbanas y Stickers, tratando de identificar la influencia que tiene la moda y la música en los gustos y preferencias de los estudiantes al momen-

¹ Calcomanías

to de elegir productos, en este caso *stickers*¹ para automóviles.

Analizaron elementos como color, tipografía y formas de los *stickers* ubicados en los vehículos, cuyos conductores eran jóvenes de entre 18 y 24 años, a fin de ubicarlos en alguna tribu urbana. El estudio definió las características que los jóvenes de diferentes tribus urbanas buscan en los *stickers* que pegan en sus automóviles. Se clasificó a los estudiantes en las principales tribus urbanas (metalero/rocker, hippie, fresa, punk, rape-ro, skato/emo, rastafari, naco/reggeatonero, friki/otaku), a fin de poder identificar las características de cada tribu y sus gustos y preferencias. Un requisito fue que el sujeto contara con automóvil y éste tuviera bien definida su pertenencia a alguna tribu. Se observó si realmente la tribu a la que pertenecía el joven iba de acuerdo con los *stickers* de su auto y así comprobar si la tribu urbana influye en la adquisición de objetos visuales como *stickers*.

El campo de estudio fueron los estacionamientos de las escuelas y facultades de la Universidad Autónoma de Coahuila, tales como: Artes Plásticas Prof. Rubén Herrera, Ingeniería (Campo Redondo), Mercadotecnia (Campo Redondo), Psicología (Campo Redondo), Arquitectura (Campo Redondo), Enfermería, Sistemas, Universidad Autónoma del Noreste y Tecnológico de Saltillo. Se aplicaron 95 encuestas de las cuales 35 correspondieron a Artes Plásticas, que corresponde al 14% de la población de la misma.

Los hallazgos de este trabajo fueron que la gente tiene una idea muy vaga de las tribus urbanas. Que se manejan conceptos muy generales, que provocan que las personas se dejen llevar por el aspecto físico de los individuos. Los estudiantes de éste proyecto no pudieron clasificar a sus sujetos de investigación dentro de una tribu urbana en particular puesto que estos mostraron características de más de una tribu, ya sea en la vestimenta o en las frases que emplean dentro de su vocabulario.

Del total de 100 encuestados, contando todas las Facultades tomadas en cuenta, la



Fig 7.

clasificación por tribu fue: 31% Rocker, 31% Fresa, 16% Naco, 9% Rapero, 8% Punk, el 3% Hippie, 1% Friki y el otro 1% Emo. En el caso particular de la población de la Escuela de Artes Plásticas: 37%Rocker, 40% Fresas, Punk 11%, Rapero 9%, en menor cantidad se identificaron: Emos, Nacos y Hippies.

Con la intención de encontrar un común denominador en las calcas o *stickers* que portan en sus coches los estudiantes encuestados, el equipo agrupó las características de las principales tribus encontradas. (Figura 4)

Tema: Postales Informativas

Durante enero – diciembre de 2009, Virginia Isabel Reyes Arriaga propuso el diseño de tarjetas postales dirigidas a los jóvenes estudiantes de entre 14 y 22 años, perte-

necientes a una tribu urbana. Eligió los temas de acuerdo a las necesidades que éste sector de la población manifestó tener por medio de 400 encuestas que aplicó en distintas escuelas de la Universidad Autónoma de Coahuila como los bachilleres: Ateneo Fuente y Mariano Narváez; las Facultades de Jurisprudencia, Ciencias Químicas y Sistemas, así como las escuelas ubicadas en Campo Redondo y la Escuela de Artes Plásticas “Profesor Rubén Herrera” (100 encuestas, correspondiendo al 41% de la población). Reyes Arriaga fundó su proyecto en las necesidades actuales de la juventud saltillense y su problemática, buscando apoyarlos a través de un medio como la postal. Su estudio arrojó que los temas que mayormente les preocupa a los jóvenes son: depresión, estrés, discriminación y autoestima, presentada gracias a factores como falta de comunicación intrafamiliar, desempleo y violencia. Para conocer el público al que habría de dirigir las postales, Virginia identificó, que la mayoría de los encuestados pertenecían a la tribu de los Emos, a quienes les preocupa la discriminación, la familia; falta de comunicación, estrés, autoestima y los problemas económicos.

Tema: La Moda en las Tribus Urbanas

A fin de saber si los jóvenes se identifican con las tribus urbanas por sus ideales o sólo por la moda, este estudio se realizó en el semestre enero-junio de 2010. Alejandra Cortes Prieto, Ana Marcela Herrera López, Paul Benjamín García Sánchez y Carlos Fabián Hernández Rodríguez limitaron su proyecto a conocer si la moda realmente influye al momento de escoger el pertenecer o no a una tribu urbana en la ciudad de Saltillo, Coahuila.

Llevaron a cabo encuestas que dieron como resultado lo que asegura Erikson (2000), respecto a la identidad de los adolescentes: que los jóvenes piensan que el motivo de la existencia de las tribus urbanas está establecido por las tendencias sociales actuales. Identificaron a una tribu urbana principalmente por su forma de vestir y encontraron que los jóvenes que pertenecen a

una tribu urbana lo hacen porque les gusta, no por la moda, ni por los ideales que éstas manejan. Comparten gustos por la música y coinciden en los mismos medios para expresar lo que sienten respecto a la acelerada, problemática y monótona vida a la que se enfrentan diariamente.

El hallazgo de este equipo se relaciona con el encontrado por el estudio de tribus Urbanas y Stickers, respecto a las características de algunos que se dicen integrantes de las tribus, sujetos que sólo adoptan la moda de las mismas, sin comprender del todo por qué usan tal o cual tipo de ropa o los ideales que los mueven en esa tendencia. A estos grupos se les denomina “Poseur”.

Los llamados “Poseur”, a diferencia de los miembros reales de una tribu urbana, si establecen contacto con integrantes de otras tribus, pues no saben realmente las ideologías y no están enterados de las rivalidades que llegan a existir entre estas ó simplemente no les interesa mantener rivalidades, lo único que les importa es la moda.

De acuerdo a los tres estudios, antes mencionados, podemos decir que existen jóvenes con una necesidad de ser aceptados o formar parte de un grupo, lo que los lleva a vestirse de tal o cual forma y aparentar que pertenecen a alguna tribu urbana. Una tribu urbana está conformada por un grupo que, con su actitud, desea comunicarle algo a la sociedad que la discrimina. Es la discriminación uno de los problemas que resultaron de mayor interés entre la población de la Escuela de Artes Plásticas, junto a la autoestima, que se relacionan con la búsqueda de una identidad dentro de la cual se puede llegar a la imitación como la que llevan a cabo los “Poseurs”.

Conclusiones

El resultado gráfico de la fusión del diseño gráfico y el arte activista, dan como resultado imágenes reflexivas, que abordan el problema social, lo evidencian y lo presentan, a manera de denuncia pública, el abuso social que se da hacia las tribus. En el desarrollo

del estudio fue posible distinguir la necesidad que tienen los jóvenes de expresar a la sociedad quienes son los participantes de las tribus y cuáles son los temas que les preocupan. Es un hecho que los estudiantes de la Escuela de Artes Plásticas se sienten juzgados por su aspecto y proponer el uso del arte activista como medio para concientizar a las tribus urbanas en la solución de problemas sociales a fin de contribuir al desarrollo de conciencia social es una buena alternativa, sin embargo el arte activista, tienen como lineamiento el estudio a profundidad del problema; la convivencia del artista con el núcleo social al cual dirigirá su mensaje y es ésta la etapa por la que deben pasar los sujetos investigados, porque existe la posibilidad de que el hecho de sentirse discriminado por la sociedad le impida al miembro de la tribu urbana conocer y entender mejor al grupo al que habrá de dirigirse para que este a su vez pueda comprender el mensaje que, por medio de su obra o aplicación gráfica, el artista plástico o el diseñador, quiera hacer llegar.

Bibliografía

Almela, A. (s/f). *Adolescencia*. Revista núm. 28. *Plenilunia salud plena para la mujer*, periodo Nov.- Dic.

www.plenilunia.com/cont_espe.php?id_article=724&id_rubrique=60 Fecha de consulta 12/06/2010.

Erikson, E. (1972). *Sociedad y adolescencia*. 20ª edición. México. Siglo XXI editores.

Erikson, E. (2000). *El ciclo vital completado*, Barcelona: Ediciones Paidós bérica. ISBN 84-493-0939-5.

Fundación de Investigaciones Sociales, A.C., (1904). *Pubertad, adolescencia y juventud*.

www.alcoholinformate.org.mx/pdfdocument.cfm?articleid=39&catid=6. Fecha de consulta 12/06/2010

González, D. (2009). *Los padres frente a la rebeldía adolescente*. www.spm.org.mx/index.php?mod=spot&id=74. Fecha de consulta 12/06/2010.

Tamariz Saldaña, J. (s/f). *Adolescencia para principiantes*. sabersinfin.com/index.php?option=com_content&task=view&id=712&Itemid=1. Fecha de consulta 12/06/2010.

Tribus urbanas

Padawer. «Nuevos esencialismos para la antropología: las bandas y tribus juveniles, o la vigencia del culturalismo» (en español) (pdf). Consultado el 10/04/2007.

Abad Morales, Luis Angel. «Hebdige: del sentido del estilo al estilo como todo sentido, dentro de “Rock contra cultura”. pp.96-101» (en español) (pdf). Consultado el 10/04/2007.

Castillo, Berthier Héctor (2002). “De las Bandas a las Tribus Urbanas. De la Transgresión a la Nueva Identidad Social.” *Desacatos*, primavera-verano, número 009. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Distrito Federal, México. pp 57-71. ISSN: 1405-9274.

Feixa, Carles (1995) “Tribus Urbanas” & “Chavos Banda”. *Las Culturas Juveniles en Cataluña y México*. Revista *Nueva Antropología*, marzo, año/vol. XV, número 047. Nueva Antropología A.C. México, D.F., México. pp 71-93.

Gamero Aliaga, Marcelo. «La metáfora de las tribus urbanas y tribus urbanas como metáforas» (en español) (pdf). Consultado el 10/04/2007.

Lippard, Lucy R. 2006. *Foto y Activismo. Caballos de Troya: Arte activista y poder* (1983). [ed.] Carmen H. Bordas. [trad.] Antonio Fernández. Barcelona: Gustavo Gili, 2006. 978-84-252-1983-5.

Matus Madrid, Christian (2000) “Tribus Urbanas: entre ritos y consumos. El caso de la discoteque Blondie”. Revista *Última Década*. Septiembre, Número 13. Revista del Centro de Investigación y Difusión Poblacional, Viña del Mar. Chile. Pp. 97-120. ISSN 0717-4691.

Melgar, Bao Ricardo (1999) “Tocando la noche: Los Jóvenes Urbanitas en México Privado.” *Última Década*, Mayo, número 010. Centro de Investigación y Difusión

Poblacional de Achupallas. Viña del Mar, Chile. ISSN: 0717-4691.

Molina, González José Luis (2005) "Redes Personales: contribuciones, métodos y perspectivas", en *Empiria: Revista de metodología de ciencias sociales*, ISSN 1139-5737, N° 10, 2005, pp. 71-106, España.

Molina, Juan Carlos (2000) "Juventud y Tribus Urbanas." *Última Década*, Septiembre, Número 12. Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas. Viña del Mar, Chile. Pp 121-140. ISSN: 0717-4691.

Montelongo, Suárez Rodrigo (2010) *Identidades Juveniles y Tribus Urbanas en la Zona Conurbada de Saltillo*. Coahuila, México.

Silva, Juan Claudio (2002) "Juventud y Tribus Urbanas: En busca de la identidad." *Última Década*, septiembre, número 17. Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas. Viña del Mar, Chile. Pp. 117-130. ISSN: 0717-4691

Ocampo Cea, Andrea. «Ciertos Ruidos, Nuevas tribus urbanas chilenas (ed. Planeta, 2009)» (en español) (html). Consultado el 10/01/2010.

Costa, Pere-Oriol. (2005) *Tribus Urbanas, El ansia de identidad juvenil: Entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*. Paidós, Estado y Sociedad. Barcelona.

Zarzuri Cortés, Raúl. «Tribus Urbanas: por el devenir cultural de nuevas sociabilidades juveniles» (en español) (doc). Consultado el 10/04/2007.

