

**Discursos sobre moda y apariencia  
de los jóvenes en la prensa de  
Culiacán, Sinaloa, en los años sesenta**

**Maureen Johanna Cardona Otálvaro y  
Anderson Paul Gil Pérez**

Universidad Veracruzana | Universidad Autónoma de Sinaloa

Recibido: 10-02-2021 | Aceptado: 13-12-2021

## **Discursos sobre moda y apariencia de los jóvenes en la prensa de Culiacán, Sinaloa, en los años sesenta**

### **Discourses on Fashion, Style, and Youth in the Press of Culiacán, Sinaloa, in the 1960s**

Maureen Johanna Cardona Otálvaro<sup>1</sup>

Anderson Paul Gil Pérez<sup>2</sup>

#### **Resumen**

El artículo analiza los discursos que fueron promocionados por la prensa de Culiacán, Sinaloa, México, en los años sesenta acerca de la relación entre moda, apariencia y jóvenes. Se examina el comportamiento informativo expresado en discursos que legitimaron y cuestionaron alrededor de las nuevas apariencias que asumieron los jóvenes en el periodo de estudio. Mediante un enfoque cualitativo e histórico-crítico se revisan los periódicos *El Diario de Culiacán*, *Nosotras Decidimos* y *El Sol de Sinaloa* que circularon en Culiacán en los años sesenta. Se demuestra que frente al tema estudiado la prensa fue un escenario con dos labores. La primera fue servir para la promoción de las nuevas vestimentas a través de la publicidad comercial e influir en sus lectores para el consumo y adaptación de una forma local de las modas de la época. La segunda fue ser el espacio para las críticas a los jóvenes por la apropiación que hicieron de la moda al otorgar un sentido moral a las formas de vestir y a los intereses que ellos querían expresar.

**Palabras clave:** apariencia, jóvenes, prensa, moda, vestuario

#### **Abstract**

The article analyzes discourses that circulated in the press in Culiacán, Sinaloa, Mexico, regarding the relationship between fashion, appearance, and youth in the 1960s. It examines the informative behavior expressed in discourses that legitimized and questioned the new styles assumed by young people in the period of the study. Using a qualitative and historical-critical approach, it studies the newspapers *El Diario de Culiacán*, *Nosotras Decidimos* and *El Sol de Sinaloa* that circulated in Culiacán and demonstrates that, regarding the subject matter in question, the labor of the press was twofold. First, it served to promote new clothing styles through commercial advertising and influenced its readers in the consumption and adaptation of local forms of the era's fashions. Second, it was a platform from which young people were criticized for their appropriation of fashion, by attaching moral meanings to their ways of dressing and the interests that these expressed.

---

<sup>1</sup> Doctorado en Historia y Estudios Regionales, Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales de la Universidad Veracruzana, México. ORCID: 0000-0003-0384-5124. Correo: [mjcardonaotalvaro@gmail.com](mailto:mjcardonaotalvaro@gmail.com)

<sup>2</sup> Doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Autónoma de Sinaloa, México. ORCID: 0000-0002-9741-4220. Correo: [andersonpaulgp@gmail.com](mailto:andersonpaulgp@gmail.com)

**Keywords:** style, youth, press, fashion, clothing

## Discursos sobre moda y apariencia de los jóvenes en la prensa de Culiacán, Sinaloa, en los años sesenta

Maureen Johanna Cardona Otálvaro

Anderson Paul Gil Pérez

### Introducción

Valerie Steele señala el carácter cambiante de la moda en periodos de transformación, en tiempos de crisis y en coyunturas sociales; su planteamiento es que la moda se adapta según las necesidades de cada momento histórico y social (Steele, 2020). La mirada de Steele es sugerente porque permite pensar históricamente el periodo de los años sesenta, un tiempo de múltiples transformaciones sociales y culturales que se dieron por la aparición protagónica de los jóvenes como los nuevos actores sociales de la época. Así, mientras la actual época propone el uso de la mascarilla o cubrebocas,<sup>3</sup> los años sesenta trascendieron por el uso de la minifalda, el pantalón y los estilos psicodélicos. No se trata de que las prendas hayan surgido en el periodo en mención, sino que su utilización se masificó como respuesta a unas variaciones significativas en el contexto histórico-social: fueron prendas situadas históricamente con un significado propio.

Durante los años sesenta, los jóvenes precipitaron los cambios en las prácticas de vestir porque impusieron nuevas tendencias en la moda, las cuales respondían a las visiones de sociedad que estos actores iban adquiriendo con el paso de la década. Se convirtieron en el centro de atención de la industria de bienes de consumo, la cual abrió paso a un mundo de nuevos productos y experiencias que tenía en común su alta influencia en la formación de sus rasgos de identidad y en la ruptura que los jóvenes harían con sus padres, por considerarlos de

---

<sup>3</sup> Para Steele es claro que la moda y todo el sistema que la sustenta se está transformando para responder a las necesidades generadas por la actual crisis de la covid-19, y comenta que la pandemia ha provocado dos fenómenos importantes. El primero es el acelerado triunfo de la vestimenta informal, un estilo que ahora se usa para todas las actividades: las jornadas de teletrabajo, teleclase, teleeventos y las salidas premeditadas para el abastecimiento de los bienes de consumo básicos. Y el segundo es la consolidación definitiva del comercio de la moda por internet, en donde se impone un entorno “darwiniano” entre las grandes marcas de ropa –con su *fast fashion*– y las pequeñas que cuentan con diseñadores (artesanos) independientes de la moda (Steele, 2020).

una generación anterior, marcada por las necesidades básicas de empleo y vivienda y, en muchos casos, moldeadas por las huellas de las guerras (Hobsbawm, 1998).

De esta manera, la moda se instaló como una forma de expresión contundente entre las nuevas generaciones. Se alineó con otras manifestaciones culturales provenientes de la música, las artes, la literatura, el cine, etc., que difundían nuevas representaciones de ser joven, que en muchos casos rompían con los parámetros de una *juventud ejemplar* (Escalante, 2018) emanados de instituciones como la familia, la Iglesia o el gobierno. Los jóvenes encontraron en la moda la herramienta para construir sus expresiones identitarias y el medio para comunicarlas a la sociedad. Así, se difundió una nueva estética juvenil que cuestionó los códigos de vestimenta y los mandatos de género implícitos en la ropa, y que tuvo su cara más visible en los movimientos contraculturales, en los estudiantes y en las mujeres (Bard, 2012; Gutiérrez, 2013; Laver, 1988).

En México, los jóvenes asumieron estas prácticas de vestir en su idea de estar en consonancia con las expresiones juveniles que se exportaban principalmente de países como Estados Unidos. El uso de la minifalda, los estilos psicodélicos o la cabellera al estilo de The Beatles fueron seguidos por los jóvenes como una forma de identificarse con lo nuevo, con lo moderno. Estas generaciones no solo fueron seguidoras de los estilos más característicos de la época, sino que realizaron sus propias adaptaciones de acuerdo con sus intereses, con sus influencias, con los factores económicos y con los elementos que les brindaba su contexto. Pero en el interior de la sociedad se generaban debates y tensiones que manifestaban la preocupación de los diferentes sectores por los nuevos estilos de sus hijos, los cuales muchas veces se acompañaban de otra forma de ser joven, alejada de las visiones tradicionales. En este proceso, los diarios y revistas jugaron un doble rol: primero, se enfocaron en los intereses de la juventud sirviendo de plataforma para la trasmisión de las ideas de la moda –y toda su industria– que se estaban produciendo para este sector de la sociedad; y, segundo, fueron la plataforma para enjuiciar las elecciones realizadas por los jóvenes.

En este sentido, este artículo se pregunta por el discurso periodístico acerca de la relación entre la moda y los jóvenes, para indagar el sentido legitimador o deslegitimador con respecto a las nuevas apariencias juveniles, en especial frente al significado que esto pudo tener en función de la transgresión o no de los valores en una sociedad todavía tradicional.

Por lo anterior, si bien la moda en términos teóricos se puede plantear desde diferentes perspectivas, es importante que en relación con la prensa se la entienda como un fenómeno

social y comunicativo. Esto implica que la moda se inscribe en el plano de los discursos y los significados que adquieren las prendas de vestir y la apariencia de quienes portan un estilo representativo o no de un periodo histórico. En esa línea, la moda tiene dos dimensiones que se pueden oponer o complementar; la primera es denotativa e implica la comprensión y la descripción de las prendas, presta atención a sus elementos materiales o físicos como las formas, los colores, los tamaños, los insumos, etc.; y la segunda es connotativa, porque la ropa tiene múltiples significados, que están atravesados por una carga ideológica y política, y por las diferentes razones que tiene cada persona para usar o no una prenda de vestir. Estas motivaciones pueden variar de acuerdo con los contextos sociales e históricos, y con elementos como la moral o las dinámicas del mercado y del consumo (Barthes, 2003).

En este artículo se utilizó el método histórico-crítico, que propone un equilibrio entre la lectura teórica y la hermenéutica de las fuentes, con un enfoque cualitativo e inductivo (Ramírez Bacca, 2010: 43-44). Para ello se apropiaron las referencias centrales del debate teórico-historiográfico de la moda, así como de su relación con la prensa para el estudio desde una perspectiva de fenómeno social y comunicativo. Se realizó asimismo la siguiente consulta hemerográfica: *El Diario de Culiacán* de 1960 a 1970;<sup>4</sup> *Nosotras Decidimos* (suplemento dominical) entre 1965 y 1967;<sup>5</sup> y *El Sol de Sinaloa* entre 1968 y 1969.<sup>6</sup> Esta consulta de información primaria derivó en un total de 224 registros entre notas, editoriales, columnas de opinión y caricaturas.

A partir de lo anterior, en el artículo se demuestra que la prensa regional sirvió como un escenario para un debate sobre moda y juventud que tuvo dos dimensiones. Por un lado, la promoción de la nueva moda y apariencia de los jóvenes, que se legitimó a través de la publicidad de almacenes donde se podían adquirir los nuevos estilos en vestimenta y productos para la belleza. Y, por el otro lado, fue un espacio para diseminar la tensión y desconfianza

---

<sup>4</sup> Diario local que comenzó a circular el 1 de abril de 1949. Su director fundador fue el licenciado Román R. Millán. Se trata de un diario de influencia estadounidense, enmarcado en las dinámicas de la campaña anticomunista de los gobiernos mexicanos y orientados en el modelo de la Escuela Interamericana de Periodismo. Durante varias décadas fue el principal periódico de circulación local (Sánchez y Uzeta, 2015).

<sup>5</sup> Suplemento dominical que circuló con *El Diario de Culiacán* durante los años 1965 a 1967. Sus temáticas estaban orientadas hacia la mujer en temas de salud, belleza, moda, estética, consejos para el cuidado del hogar y las relaciones familiares (Cardona, 2020).

<sup>6</sup> Diario perteneciente a la Cadena García Valseca (CGV) que comenzó a circular en Culiacán en 1959; su línea editorial durante los gobiernos priistas fue oficialista. En el periodo de estudio fue un diario moderno que contaba con el apoyo de los demás periódicos *Los Soles*, con redacción centralizada en Ciudad de México para temas nacionales e internacionales, convenios con las agencias internacionales de prensa y periodistas de diversos lugares de América Latina, Estados Unidos y Europa (Gil, 2020).

que, a los sectores más conservadores –entre ellos la familia, la Iglesia y la propia prensa–, les generaban las nuevas apariencias juveniles.<sup>7</sup>

El artículo se desarrolla en tres momentos. En el primero, se proponen algunos referentes de discusión sobre el diálogo entre la moda y la prensa, para establecer que dicha interacción es importante a nivel teórico, historiográfico y metodológico, en especial ante la necesidad de comprender las dinámicas de la moda en términos de publicidad, representaciones, promociones de estilos y tensiones alrededor de la misma en diferentes periodos históricos. En el segundo, se contextualizan algunos de los cambios significativos en la moda de los años sesenta que tuvieron mucha cercanía con las transformaciones en los modos de vida de los jóvenes. Y, en el tercero, se presentan las preocupaciones suscitadas en Culiacán, Sinaloa, por el significado tanto del comportamiento de la juventud rebelde como por lo que representó que esta asumiera los cambios de la moda, es decir, la emergencia de un discurso tradicional contra la expresión de las nuevas apariencias y estéticas juveniles.

### **La importancia de la prensa en el estudio de la moda**

El enfoque de este artículo implica trascender de la concepción general de la prensa como fuente de investigación que permite abordar extensos problemas (de la historia política, social, económica, cultural, e incluso de la prensa misma) a la prensa como fuente para el estudio de la moda y de los discursos relacionados con ella, aunque es una perspectiva que sigue siendo amplia porque, dentro de la prensa, en relación con la moda, son importantes y tienen particularidades los diarios, los suplementos y las revistas, diferencias que se intensifican mucho más cuando se trata de impresos feministas, por ejemplo.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Todo ello sumado a una moralización de dicha vestimenta, que se vinculó con la noción de jóvenes rebeldes para disminuir simbólicamente la agencia de los propios jóvenes sobre sus formas de vestir y comunicar(se), bajo la tergiversación de una supuesta tradición que se perdía por unas ideas sociales y culturales que se imponían desde fuera del país.

<sup>8</sup> El desarrollo de la historia cultural desde los años ochenta del siglo XX permitió pensar los problemas históricos desde su dimensión representativa (Serna y Pons, 2013). Las conexiones entre cultura y representación llevaron a problematizar los procesos históricos como hechos sociales y también como fenómenos simbólicos (Chartier, 2009). Los discursos y las imágenes como objeto de preocupación historiográfica tomaron mayor protagonismo (Burke, 2005) y se convirtieron en una manera de interpretar los sentidos de lo escrito y de lo visual como develación de los ejercicios de poder que se establecen y se consolidan desde las prácticas cotidianas de las personas, los grupos y las instituciones (Foucault, 1999). A su vez, los cruces entre dimensiones representativas de lo social e importancia de lo discursivo e iconográfico dieron relevancia a la prensa como fuente de investigación, lo que permitió reconocer las prácticas y sentidos de épocas pasadas desde el prisma de lo representado, publicado y promocionado (Cruz, 2000; Del Palacio, 2000; Gil, 2018; Hernández, 2017; Kircher, 2005).

Analizar la moda –y los discursos que intervienen con ella– es una práctica historiográfica que se realiza, en las últimas décadas, desde los impresos de diferentes épocas, características y tendencias. La literatura reciente coincide en que una de las fuentes privilegiadas son los discursos e imágenes publicados en diarios, suplementos y, especialmente, en las revistas (Velasco, 2018b), lo que permite observar la moda como fenómeno social y como proceso comunicativo (Barthes, 2003; Roche, 1996).

Las posibilidades que ofrece la prensa en su relación con la moda son múltiples. En función de las temporalidades clásicas, la revisión del siglo XIX permite explorar las vinculaciones con los procesos de diferenciación entre el espacio privado y el público; con la adaptación de las personas para comunicar nuevos referentes en la esfera pública; o con el fortalecimiento de las distinciones de clases sociales (Cagnolati, 2016; González y Pérez, 2009; Velasco, 2018a). A su vez, la moda, vista desde la prensa de comienzos del siglo XX, ayuda a entender la relación entre apariencia y modernidad, entre control social de la población y procesos de orden y de embellecimiento, así como la importancia de las ideas sobre progreso y distinción –entre lo tradicional y lo moderno, entre lo urbano y lo rural– (Cobo y Acuña, 2019; Cubillos, 2006; Reina, 2014). La segunda mitad del siglo XX, y en especial los años sesenta y setenta, también es abordada con diversas temáticas como la publicidad y la moda, los jóvenes y la moda, las tendencias de la moda y su difusión (Díaz *et al.*, 2018; Plaza, 2004; Sanmiguel y Sádaba, 2018).

Como complemento –o alternativa a los enfoques temporales– también se pueden analizar ejes como las discusiones teóricas, los actores particulares como los jóvenes y el estudio de las mujeres, entre otros (González y Barreiro, 2018; Menéndez, 2009; Saa, 2018; Velasco, 2018a; Villena, 2018). En efecto, una de las relaciones que predominan en cuanto a la prensa y la moda es el estudio de las mujeres o el análisis desde las revistas femeninas. En este sentido aparecen temáticas centrales como la libertad y la autonomía, la feminidad y el ideal de mujer, los estereotipos de belleza y las obligaciones corporales y estéticas (Cáceres y Díaz, 2008; Felitti, 2018; García, 2015; Luque y Pérez, 2018; Schaufler, 2016).

A partir de lo anterior, el fin de este artículo es preguntarse por la forma en que la prensa construyó sus discursos acerca de la relación entre moda y jóvenes: cómo se comportó informativamente frente a la promoción y construcción de discursos de legitimación o deslegitimación a las nuevas apariencias de los jóvenes, en especial frente al significado que esto pudo tener en un contexto de cambios sociales como los años sesenta.

## **Las modas juveniles de los años sesenta**

Los años sesenta marcaron un punto de inflexión en la historia de la moda (Bard, 2012; Laver, 1988; Riello, 2016). Los cambios sociales, políticos y tecnológicos que ocurrieron en estos años tuvieron un impacto en las formas de vestir de la sociedad en general, pero particularmente en los jóvenes. Las tendencias y los estilos de antaño fijados por la moral y la tradición, ahora se sustentaban en nuevas formas de entender la belleza, la edad, la moralidad y la sensualidad (Bard, 2012; Laver, 1988).

En el centro de este cambio en la moda estuvieron los jóvenes. Como nuevos actores sociales fueron tomados por la industria como referente de inspiración y como consumidores recién graduados, al tiempo creadores y objeto de las tendencias que caracterizaron a los sesenta globales (Gutiérrez, 2013; Hobsbawm, 1998). Asimismo, las nuevas generaciones encontraron en la moda una verdadera forma de expresión. La ropa –y todos sus accesorios– se convirtió en el medio a través del cual los jóvenes hicieron visible su personalidad, su posición política, su sentimiento de incertidumbre sobre el futuro y el deseo de rebeldía (Bard, 2012; Gutiérrez, 2013; Hobsbawm, 1998), los cuales fueron entendidos por las generaciones mayores como una transgresión a lo tradicional.

En este contexto, la moda rompió con los códigos de vestimenta que parecían inquebrantables décadas atrás. Aparecieron nuevas formas de lucir y de adornar el cuerpo que cuestionaban la distinción de la apariencia tradicional (Bard, 2012; Laver, 1988; Riello, 2016). Así surgió la moda *Little girl*, de la mano de Emmanuelle Khanh, que combinó la inocencia y la sensualidad en prendas sugerentes que destacaron por el uso de colores como el blanco y los tonos suaves, lavados, neutros, con poca saturación (o tipo pastel). También se impuso la moda espacial que fue creada por Pierre Cardin, André Courrèges y Paco Rabanne, la cual mezclaba las formas geométricas en renovadas piezas de vestir y accesorios llamativos que en su conjunto daban una apariencia futurista, inspirada en la creciente competencia entre la URSS y Estados Unidos por conquistar el espacio (Laver, 1988: 267).

La moda de estos años también trasgredió los mandatos de género porque se impusieron ciertas tendencias que cuestionaron las nociones de feminidad y masculinidad (Bard, 2012). Con el joven diseñador Yves Saint Laurent, se abrió paso a una nueva propuesta para vestir a las mujeres modernas: el esmoquin femenino. Este traje fue una adaptación del clásico esmoquin masculino, el cual fue renovado para vestir a las recientes generaciones, mismas que ahora buscaban una apariencia más andrógina. Muy pronto se convirtió en uno de los atuendos

referentes de la moda unisex que ceñía la distancia entre las prendas de hombres y de mujeres (Bard, 2012: 263).

Sin embargo, la mayor revolución del periodo corrió por cuenta de la diseñadora Mary Quant que creó la minifalda, en 1965 (Laver, 1988; Riello, 2016). Con esta prenda de vestir las mujeres se mostraban modernas e independientes; algunas completaron este *look* con el uso de medias estampadas y zapatos bajos, otras prefirieron lucirla con botas hasta por encima de las rodillas con preferencia por el color blanco. La minifalda se impuso como el mayor símbolo de liberación y sensualidad de la década, que trascendió a las épocas futuras. Su uso generalizado despertó la furia y la reacción de los faros más conservadores de la sociedad que se resistían al hecho de que las mujeres, además de mostrar sus piernas (ruptura física con el recato), estuvieran comunicando una nueva postura de liberación (y reto) frente a las estructuras sociales vigentes (Bard, 2012: 259).

Al mismo tiempo, se presentaban cambios en el ideal del cuerpo femenino. Con la ropa ya no se buscaba remarcar ciertos atributos o zonas del cuerpo como había ocurrido con la moda de los años cuarenta, sino que se esperaba que las mujeres parecieran delgadas y añiñadas, que mostraran un lado infantil, pero a la vez sensual y libre de los condicionamientos de la feminidad tradicional. Se impuso un nuevo estereotipo de belleza que tuvo como referentes a supermodelos como Twiggy y Farrah Fawcett (Castro, 2017; Cubillos, 2015; Vigarello, 2009).

Pero estas trasgresiones en el vestir no solo vinieron de la mano de los diseñadores y de la alta costura: también los movimientos contraculturales impusieron tendencias. Los *hippies*, que representaban una rebelión en contra de la sociedad de consumo, del racismo, de la guerra y de los valores tradicionales, dieron un estilo que caló de manera rápida (Tirado, 2014). El *look hippie* estuvo conformado por faldas largas y holgadas, *jeans* acampanados, blusas con caída y movimiento, estampados de flores y teñidos de distintos colores, los cuales eran usados por los jóvenes de ambos sexos (Laver, 1988: 271). Además, tenía su inspiración en las culturas hindú, africana e indoamericana. Los hombres acompañaban este estilo con barbas largas y comenzaron a utilizar zapatos de plataforma. Las mujeres estaban en contra del maquillaje y del uso de prendas que constriñeran sus cuerpos (Laver, 1988). La onda *hippie* también sirvió de inspiración para la moda psicodélica; con sus diseños de estampados vibrantes, puntos, rayas y círculos, conformaban prendas que revelaban un estilo liberador.

El *rock and roll* también jugó un papel importante en la revolución de la apariencia de los sesenta. De la mano de Elvis Presley, The Beatles y The Rolling Stones, se difundieron estilos que fueron novedosos para el momento. Prendas de vestir como las chamarras, camisetas, pantalones y las zapatillas (tenis) se convirtieron en los elementos que cualquier joven quería tener como parte de su identificación con este género musical (Higgs, 2016), así como el cabello largo y desaliñado, o corto al estilo *mop top*, que tuvo una gran acogida entre hombres y mujeres.

Por su parte, Hollywood ayudó a difundir los pantalones vaqueros o *jeans*. Esta prenda de vestir se convirtió en símbolo de rebeldía con la popularización que tuvieron las películas de actores como James Dean y Marlon Brando (Bard, 2012: 259). Los jóvenes usaron los pantalones como forma de hacer visible su identidad, pero también por la comodidad y la libertad que ofrecían. Las mujeres seleccionaron el pantalón como una de las prendas que no podían faltar en el guardarropa. Así se convirtió en una prenda utilizada por las mujeres en el espacio público (Bard, 2012; Hobsbawm, 1998).

### **La promoción de la moda en la prensa de Culiacán**

A Sinaloa las modas de los sesenta llegaron a través del cine, la televisión y los medios impresos. Se importaron y se adaptaron tendencias y estilos que, al igual que otros bienes y prácticas de consumo, reflejaron la influencia extranjera que había permeado el imaginario de los mexicanos. Esto se daba en un país que desde los años cincuenta vivía el sueño del milagro mexicano, en donde se aplaudían los avances materiales y económicos que transformaban el aspecto de las ciudades y la vida de las personas, pero que recibía con mucho recelo las influencias que pudieran trastocar las tradiciones morales y el orden social (Loaeza, 2010), incluyendo la apariencia de las personas y, en especial, la de los jóvenes.

Los jóvenes sinaloenses pudieron acceder a las novedades que en materia de vestimenta se estaban dando en esos años. Esto fue posible por la existencia de un comercio conformado por tiendas departamentales como Sears Roebuck y Woolworth, y almacenes locales como Casa Graciela, Zaragoza o los MZ, los cuales ofrecían una variedad de ropa y calzado al igual que artículos para el cuidado del cuerpo y el embellecimiento (Liera, 2014). Desde la prensa sinaloense se promocionaban las modas del momento y se creaban los estilos juveniles con prendas como el pantalón o los vestidos cortos, que eran los más buscados.

La marca Catalina promocionaba ropa para mujeres; se podían encontrar diferentes estilos de camisas combinadas con corbatas, acompañadas de pantalones acampanados, o de blusas sin mangas para ser usadas con faldas cortas, ideales para las nuevas actividades que estaban realizando las mujeres jóvenes (*Diario de Culiacán*, 4 de octubre de 1966: 3). También se publicitaban los estilos con diseños poco recatados que seguían la línea aniñada o de *lolita* (*Diario de Culiacán*, 20 de enero de 1969: 2). Esta moda era acompañada por una promoción que subrayaba las ideas de juventud, modernidad, belleza, libertad, en el sentido de que aquellas personas que usaran estas prendas estarían acordes con la época (véase la figura 1).

Entre tanto, para los hombres se ofrecía una moda informal, en los pantalones con los estilos *slimer*, *mod* o *dipper* de marca Loredo, que se ajustaban a las piernas y que fueron promocionados como “la nueva onda para los jóvenes” (*Diario de Culiacán*, 2 de febrero de 1968: 3); o los pantalones de la marca BAR-LON (*Diario de Culiacán*, 2 de octubre de 1970: 2) o los estilo Dandy’s de Delcron (*Sol de Sinaloa*, 21 de abril de 1968: 4) que se combinaban con camisas informales, o *jerseys* con cuello de tortuga o cuello alto (*Sol de Sinaloa* 1968a: 6) que seguían el *look* del rockero bien vestido y moderno (véase la figura 2).



Figura 1. *El Diario de Culiacán*, 2 de octubre de 1970.

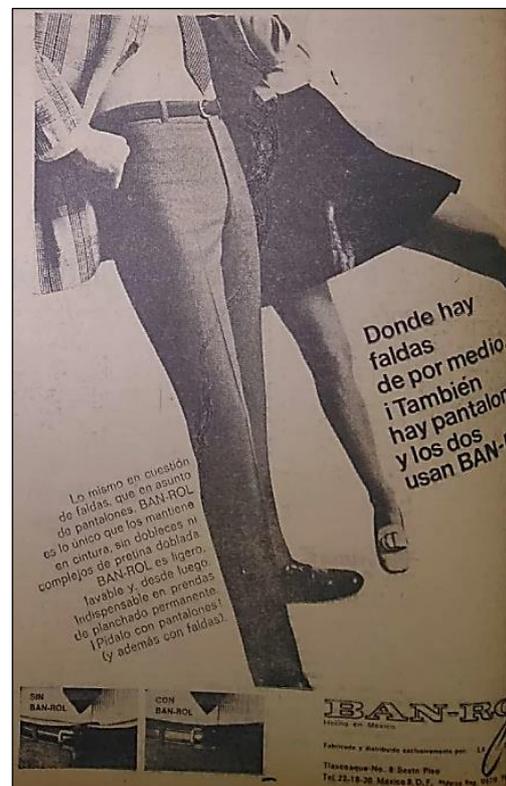


Figura 2. *El Diario de Culiacán*, 17 de agosto de 1970.

Los jóvenes también pudieron lucir las últimas modas por la circulación que generaba el comercio de ropa con Guadalajara o con ciudades de Estados Unidos. Allí se compraban artículos como *jeans*, camisetas polo, mocasines y calcetines, que eran revendidos por pequeños minoristas o en las conocidas fayucas (Páez, 2017). Estas prendas retomaban los estilos promocionados por The Beatles, y un poco más adelante iconos “revolucionarios” como el *Che* Guevara.

En cuanto a los peinados, la prensa anunciaba el regreso de las melenas cortas que ahora se inspiraban en las divas de antaño como Greta Garbo o en las nuevas revelaciones de la época como Twiggy. El cabello se llevaba muy corto o en bucles y postizos para dar altura, o los más sencillos en ondas naturales que caían sobre el cuello; también el pelo liso con accesorios como diademas y cintillas que separaban el flequillo de la frente, dando un aspecto juvenil (“La tendencia en peinados”, 1965: 2). Y para los hombres se promocionaba el cabello corto peinado con liquido o gel de la marca Glostora (*Diario de Culiacán*, 26 de julio de 1960: 5).

La minifalda se impuso como una de las favoritas del guardarropa de las mujeres. *El Diario de Culiacán* daba cuenta de la preferencia que tuvieron las culiacanenses por el cabello muy corto y la prenda de Mary Quant:

En nuestra visita al Instituto Americano de Comercio, pudimos apreciar el ritmo de una institución de educación superior en donde la presencia de hermosas chicas hace placentero el momento al sector masculino. De estas flores del jardín del IAC, destaca la belleza de las gemelitas Angélica y María de los Ángeles Beltrán Duarte [...] Abajo, algo así como para ratificar que en el “Americano” reina la moda de la minifalda, apreciamos a Martha Alicia Carranza Serrano y otras guapas y estudiosas, pero no menos “in” que sus compañeras. El IAC está a la moda (“La mini en el IAC”, 1970: 3).

Para las mujeres, la minifalda conformó el atuendo ideal y una prenda acorde para los días y las tardes calurosos tan característicos de Sinaloa, que implicaban usar vestimenta mucho más fresca. Las mujeres más “arriesgadas” lucieron la falda sin tapar sus piernas, mientras que otras, un poco más “conservadoras”, lo hicieron acudiendo a opciones como las medias- pantalón o medias de malla. Para ello, marcas como Canalastic ofertaban en variados diseños (rombos, rayas, encajes, etc.) y que además prometían “mayor confort y comodidad” para las mujeres (*Diario de Culiacán*, 3 de noviembre de 1967: 3).



Figura 3. *Diario de Culiacán*,  
20 de septiembre de 1970.



Figura 4. *El Sol de Sinaloa*,  
22 de abril de 1968.

En Sinaloa en los años sesenta convivieron jóvenes de varios tipos e intereses. No fue un asunto de blanco o negro, estuvieron aquellos que continuaron siendo tradicionales, pero también aquellos que se aventuraron y exploraron nuevas indumentarias, estilos y consumos. Se puede decir que la vestimenta tradicional no necesariamente se perdió en la adaptación que hicieron los jóvenes de las vanguardias extranjeras, sino que se transformó. Por ejemplo, los jóvenes culiacanenses podían usar algunos elementos de la indumentaria *hippie* sin necesariamente compartir el modelo de vida de esta cultura, que seguía siendo vista como algo icónico y lejano.

### **Tensiones y resistencias por las nuevas apariencias de los jóvenes**

La apariencia de los jóvenes comunicó la ambición por diferentes experiencias de vida y por alternativas de relación con la sociedad de las generaciones anteriores, así como con el poder político y económico. La constitución de nuevos elementos simbólicos permitió que la juventud se convirtiera en el eje central de una preocupación de los adultos que atravesaba la dualidad de cambios *versus* tradición. Así fue a nivel mundial, pero en México esta perspectiva adquirió unos matices que se explican por la coexistencia de diferentes dimensiones de la política nacionalista e internacionalista que la posrevolución había impuesto con un posicionamiento político de la sociedad mexicana que en general fue favorable a las tensiones ideológicas y

políticas de la Guerra Fría en Latinoamérica, con fenómenos como el anticomunismo y el rechazo a las propuestas de transformación del *statu quo* (Sánchez, 2018).

En el meollo de esta amalgama se encontraba una noción estatalizada de juventud. Una concepción de los jóvenes que se aproxima a lo que Katia Escalante llama una *juventud ejemplar* (2018), aquella que ha sido configurada por las narrativas oficiales que, para el caso de México en los años sesenta, veían a los jóvenes como en un estado de transición entre la infancia-adolescencia a la adultez, pero en todo caso futuros ciudadanos que debían estar al servicio del proyecto de nación, vinculados con el propósito de llevar los principios de la Revolución mexicana a la posteridad. En estas visiones oficiales o ejemplares de los jóvenes, también se les encargaba la tarea de contarle al mundo las ventajas del México moderno, y en este objetivo fue fundamental la realización de los Juegos Olímpicos en 1968 y algunas actividades del programa llamado La Juventud y El Mundo con el festival de Cine La Misión de la Juventud y el Campamento Mundial de la Juventud (Escalante, 2018: 7-9).

El establecimiento de representaciones idílicas de la juventud fue realizado por distintos frentes como los medios de comunicación: prensa, radio y televisión, el cine y las estrategias de los gobiernos, en particular de los presidentes Gustavo Díaz Ordaz y Luis Echeverría Álvarez (Escalante, 2018; Luna, 2016). Además de la visión hegemónica, el problema de la *juventud ejemplar* es que circunscribía la noción de jóvenes a la clase media ubicada en las principales ciudades del país, dejando fuera a las juventudes de los sectores populares y a aquellas que, aun siendo de la clase media y alta, encontraban inconsistencias en el modelo de sociedad. Es decir, las juventudes ejemplares que promovieron los gobiernos priistas no abarcaron a los llamados jóvenes rebeldes.

Lo anterior se manifestó en los distintos niveles de la vida y de la relación entre jóvenes, sociedad y política. Una dimensión importante fue la configuración de un temor frente a los jóvenes rebeldes que no se podían encuadrar en las juventudes ejemplares. Además de sus gustos por el cine, la música, el arte y la política, a los jóvenes se les criticó por sus nuevas apariencias. Estas se pusieron en entredicho en tanto que generaron ruptura o contradijeron los estándares sociales. La noción de jóvenes rebeldes contó con cierta inspiración en películas como *Jóvenes rebeldes* de 1961, *Juventud sin ley* de 1966 y *Los caifanes* de 1967, en las que se abordó y se promocionó una cultura juvenil particular que se expresaba de diferentes formas, una de ellas la apariencia física (Luna, 2016; Zolov, 2009).

En Culiacán se replicaron las tensiones acerca de la juventud y de los temores generados por su nueva cultura que incluía la irreverencia en sus comportamientos y en su vestimenta. La prensa fue una pieza central en dicho engranaje, con el objetivo de reproducir las preocupaciones ante la opción de que las juventudes fueran influenciadas por los rebeldes. En Culiacán se estuvo en alerta por la influencia de las ideas extranjeras en la vida cotidiana de los jóvenes. Cuando se estrenó la película *Rebelde sin causa*, el periodista Rafael Rabago cuestionó la presencia masiva de estudiantes de los colegios en la *premier*, resaltando que en esta obra se mostraba a los jóvenes esquizofrénicos y señalando el peligro de una influencia negativa (Rábago, 1960: 2).

La rebeldía de la juventud atormentó la imaginación y el interés informativo de los periodistas de Culiacán porque los incentivó a la discusión del problema desde filones psicológicos y sociológicos, tratando de relacionar posturas, discutiendo si se trataba de un fenómeno propio de las clases medias y bajas o si, por el contrario, era algo típico de las clases más acomodadas que no tenían preocupaciones básicas (“El mundo de los rebeldes sin causa”, 1960: 2-3). También se planteaban si la tensión entre manifestaciones individuales y problemas de depresión por falta de acoplamiento de los jóvenes tenían algo que ver con este fenómeno. Asimismo, señalaban tenuemente la necesidad de comprender la formación de las subculturas juveniles como parte de la época moderna (“El mundo de los rebeldes”, 1960: 2-3).

En *El Diario de Culiacán*, uno de los esfuerzos más amplios para abordar la discusión fue la publicación del informe *Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa* que en cinco entregas abordó los hábitos, la apariencia, la estratificación, las esperanzas y los anhelos laborales de los jóvenes rebeldes sin causa, entre muchos otros tópicos, pero desde el prejuicio, al señalarlos como personas que atentaban contra la “normalidad” en la sociedad, con un descontento inexplicable, un deseo de pervertir todo lo que a sus abuelos y padres había tomado décadas construir; en suma, una visión moralizante del posicionamiento crítico de los jóvenes (“El mundo de los rebeldes”, 1960: 2-3).

Los reportajes fueron presentados bajo el seudónimo de Sargento X. En sus primeros párrafos se explicó que la aparición de los jóvenes rebeldes se daba como resultado de la influencia de las películas norteamericanas, en las que se hacía una constante “apología del desenfreno social y de la rebeldía a la autoridad familiar” (“Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa”, 1960: 2-3), atentando contra los valores éticos y morales más tradicionales de la sociedad al vincularse con actividades como el desorden y el delito, además de influir

negativamente sobre los demás jóvenes por su apariencia y comportamiento irreverente (“Los orígenes”, 1960: 2-3).

Una de las películas a las que hizo referencia el Sargento X fue *Rebelde sin causa*, cinta protagonizada por el actor James Dean encarnando al personaje Jim Stark, un joven que no encontró comprensión en la sociedad en que vivía, pero que no se quedó callado, sino que, por el contrario, se enfrentó a la escuela y a la familia. Para el Sargento X, el Stark de Dean simbolizaba un referente peligroso y atractivo para los jóvenes de clase media mexicana (“El mundo de los rebeldes”, 1960: 2).

En los días siguientes, el Sargento X fue reiterativo en ofrecer a la sociedad culiacanense su mirada sobre la juventud, haciéndolo esta vez con una caracterización de dichos jóvenes. Para el articulista, la rebeldía se originaba en las familias pertenecientes a los sectores de la clase alta de las ciudades, en donde estaban “los *juniors* o los señoritos que todo lo poseían y nada les faltaba a no ser por los cuidados personales y los consejos de los padres” (“El mundo de los rebeldes”, 1960: 2). El periodista los representó como jóvenes privilegiados de 18 a 20 años que podían conducir los coches de sus familiares, acudir a fiestas con sus novias y llevar 50 y 100 pesos en sus billeteras para los gastos de su interés. En suma, se les simplificó al considerar que las condiciones económicas privilegiadas determinaban su rebeldía:

Esos muchachos que llevan camisa corriente y no usan mangas, que adoptan los pantalones propios de los llamados uniformes de fábricas o talleres, nunca han pensado ni les ha gustado siquiera enrolarse en bandas o pandillas de revoltosos callejeros. Son jovencitos de 14 a 17 años, que ayudan a sus padres heroicamente en tareas sencillas, que les prestan la oportunidad de ganar unos cuantos pesos diarios para completar el diario casero y las más indispensables necesidades del momento [...] Hijos de obreros o huérfanos por lo menos de padre que se constituyeron en el brazo fuerte de sus resignadas madres cansadas por la plancha, el lavadero o la costura. Alguna vez sus penas, sus conflictos, los convertirán en rebeldes con causa, pero téngase entendido que jamás copiarán las actitudes miserables de los pandilleros por temperamentos que han encontrado en el ejercicio de una punible acción, el contento para sus instintos perversos. Este es el contraste que quería marcar desde un principio para establecer la verdad de que la juventud perteneciente a la clase humilde nada tiene que ver con la rebelión de los pequeños grupos maleados, a quienes un carácter frágil y desprovisto de sentimientos leales los ha aventado a mitad que sus mismos sostenedores de calles y calzadas para enarbolar una bandera que cada día está más desgarrada (Sargento X, 1960c: 2-3).

De lo anterior se desprende que a los jóvenes se les asociaba con comportamientos en apariencia irresponsables y que representaban cierta supuesta comodidad de que habían gozado, ciertas ventajas económicas cuyos efectos negativos otros jóvenes más humildes no habían tenido que sortear. La prensa establecía parámetros morales para explicar las razones por las que una persona avanzaba o no hacia la rebeldía. Según se entiende de la nota anterior, no había un criterio que pudiera ser propio a los jóvenes, a partir del cual desarrollaban su carácter y estilo de vida.

El esencialismo moralista con el que se describían sus comportamientos era similar a la forma escueta en que se hablaba de su apariencia, calificada de “desprolija” y acorde con un estilo de vestir retador y estrafalario, conformado por “suéteres pachucos llenos de grapas con nombres diversos y absurdos en la espalda”, acompañados con “cadenas que harían ruborizar a cualquier vaquero del oeste americano o hampón de San Antonio Texas” (Sargento X, 1960a: 3). También se les identificaba por su comportamiento, pues solían andar en grupos formados por 20 o 30 “revoltosos” que buscaban con sus “acciones delincuenciales” afectar la armonía de los vecindarios y de las zonas comerciales (Sargento X, 1960a: 5).

El articulista fue más allá al culpar a las instituciones, a la familia y a la escuela por no prestar suficiente atención a los jóvenes y permitirles que vistieran con “esas chamarras o camisas sport con anotaciones en la espalda y las ridículas grapas” (Sargento X, 1960b: 2). De esta forma, los rebeldes entonces fueron aquellos muchachos y muchachas poco obedientes, que no estaban bien peinados, que no respetaban la estética tradicional y, especialmente, que no eran conformistas o “agradecidos” con la sociedad en la que vivían, en apariencia, “con muchos privilegios” (Plascencia, 2015: 161).

En Culiacán, a los jóvenes rebeldes se les llamó de diferentes maneras. Se utilizaron adjetivos como “malvivientes” o “truhanes”, lo que correspondía más que todo con una visión desde los actores que nombraban a los jóvenes; por ejemplo, los medios de comunicación, las instituciones, la Iglesia, etc., porque posiblemente sus cambios, que a ojos de los adultos eran terribles y atentaban contra la moral, en la práctica eran una forma de encontrar una identidad propia, en un contexto en el que tenían que convivir con la tradición de una ciudad intermedia, de un campo cercano, pero, a la vez, con las influencias cada vez más próximas de la moda, la música y el cine de Estados Unidos y de Europa. Como lo sostiene Plascencia, incluso se:

...inventó una terminología para nombrar a los rebeldes sin motivo, sin porqué; además de rebeldes sin causa, fueron conocidos como malvivientes, jóvenes amantes de permanecer al margen de la ley, desorbitados sociales, turba de vagos, truhanes, pandilleros, fumadores de todo, viciosos de lo barato y enemigos decididos del trabajo (Plascencia, 2015: 162).

Para la prensa culiacanense, la explicación tanto de la apariencia de los jóvenes como de su comportamiento rebelde y, a veces, violento, se encontraba en la falta de responsabilidad de muchos de sus padres, quienes les otorgaban exagerada libertad hasta el punto de que esta se convertía en libertinaje; o que quizá no tenían el suficiente compromiso en cuanto a darles un ejemplo adecuado a sus hijos. Los padres debían mostrar a los jóvenes el camino del esfuerzo y del trabajo y evitar que fueran objeto de obnubilaciones por parte de las ideas extranjeras:

En México, hasta ahora, no se tiene un problema espeluznante en su juventud. No se ha autorizado el amor libre; no es Suecia, Noruega y Dinamarca, donde impera el homosexual y una pareja del mismo sexo forma el hogar; aquí eso es visto con desprecio u escándalo [...] la madre mexicana, la más abnegada del mundo, y a pesar de todo, sigue defendiendo las bases del hogar. ¿Qué los hombres anden peludos, con melenas extravagantes? ¿Qué las chicas usen horribles botas y peinados masculinos? Bueno, las flappers de los veinte también tenían lo suyo y pasaron de moda. ¿Cómo va a compararse nuestra juventud con las juventudes europeas? Sobre todo, la posguerra que viene desequilibrada mental y sexualmente por los grandes sacudimientos nerviosos que sufrieron sus padres y ellos en su infancia. Nuestra juventud es esencialmente viril [...] (Padrés, 1965: 1-2).

En el mismo sentido la *figura 5* de *El Diario de Culiacán* publicada el 28 de septiembre de 1970 da cuenta de esa tensión en la relación entre los padres y los hijos, pero, al mismo tiempo, del cuestionamiento directo al papel que los padres tenían como responsables de la educación de la familia. En la figura se puede ver que el padre está preguntándose qué pudo llevar a que su hijo optara por “el mal camino”, si en apariencia él hizo lo mejor para que fuera un buen joven. Sin embargo, con cierta sátira la figura muestra que el problema de educación estuvo en el ejemplo que un padre alcohólico podía dar a un hijo que se encontraba en una de las etapas formativas más importantes como hombre y como ciudadano.

Es el mismo tono gráfico que presenta la *figura 6*, una moralización de las relaciones familiares que ya no solo culpaba a los jóvenes sino a los padres, siempre por el lado del ejemplo. En este caso, el padre acepta que tiene varios yerros como ser “mujeriego”,

“desobligado”, “borracho” y “jugador”, pero en ningún momento es un consumidor de marihuana. Con ello la prensa regional se mostraba partidaria de la estigmatización del uso de la marihuana por parte de los jóvenes, pero también, una vez más, responsabilizaba a los padres por dar un mal ejemplo a sus hijos.

De esta manera, se simplificaban las elecciones de los jóvenes; es decir, ellos no eran rebeldes por elección propia, porque su carácter los hubiera llevado a optar por una forma diferente de vestirse, por el consumo de sustancias diferentes como la marihuana, sino porque habían sido “víctimas” de un mal ejemplo paterno; así se ponía en cuestión la agencia de los jóvenes rebeldes.



Figura 5. *El Diario de Culiacán*, 28 de septiembre de 1970.



Figura 6. *El Diario de Culiacán*, 4 de agosto de 1970.

La prensa culiacanense presentaba una dualidad: por una parte, se preocupaba por todas las problemáticas de los jóvenes, pero, por la otra, sentenciaba que al final los mexicanos desecharían esas tendencias novedosas y la sociedad impondría su “virilidad”; es decir, que en la práctica las instituciones locales evidenciaban una serie de estrategias para luchar contra la rebeldía y la apariencia de los jóvenes. En este sentido, fue celebrado por *El Diario de Culiacán* que la Dirección de Acción Social del ayuntamiento de la ciudad implementara un programa de persecución a los “jóvenes vagos” que se la pasaban en “cantinas, billares y prostíbulos” (“Editorial. Combatir la vagancia”, 1965: 4).

La tensión entre jóvenes y adultos se profundizaba en los reportajes periodísticos por cuenta de publicaciones donde los “viejos” se expresaban en contra de la idea de que eran los culpables de la rebeldía de la juventud. No estaban de acuerdo en que el gusto de los jóvenes por “no bañarse, andar sucios, ser malolientes, dedicarse a la vagancia sin oficio ni beneficio, no estudiar ni prepararse para la madurez” (“Los viejos somos los culpables”, 1969: 2-3) resultara ser su responsabilidad. Por el contrario, para estos “viejos” la culpa, además de la permisividad familiar y educativa, recaía en la orientación de los jóvenes por las ideas que llegaban de Estados Unidos, de Europa y, algunas, de ideologías como el comunismo y el socialismo (“Los viejos”, 1969: 2-3). De este modo, a los jóvenes se les culpabilizaba de cierto *malinchismo*.



Figura 7. *El Sol de Sinaloa*,  
 21 de diciembre de 1968.



Figura 8. *El Diario de Culiacán*,  
 7 de julio de 1969.

En el caso de los jóvenes hombres, la crítica iba más allá de su vestimenta. Algunas veces tenía que ver con el uso del cabello largo, un símbolo de la feminidad, que era mal visto entre los hombres. La figura 7 muestra que, atónito, el padre observa a su hijo mientras este le comenta que no se piensa cortar el cabello porque corre el riesgo de que lo confundan con una mujer. Así que la crítica frente al uso del cabello era también para las mujeres. Se veía mal que los hombres lo usaran largo y que las mujeres lo estuvieran usando corto. En esencia, la crítica iba dirigida a la transgresión de las apariencias tradicionales y heteronormativas.

La figura 8 permite advertir otra de las críticas que se esgrimieron contra la apariencia de los jóvenes, al acusarlos de ser malinchistas, es decir, al considerar que se habían dejado obnubilar por las ideas extranjeras y por la cultura del estilo de vida estadounidense, la que se estaba colocando incluso por encima de las tradiciones mexicanas. A esto se sumaba una fuerte crítica a grupos como los *hippies* que hicieron presencia en ciudades como Mazatlán, en donde fueron rechazados por aspectos de su apariencia como la barba larga, el uso de sandalias, ser “apestosos”, usar ropas “estrafalarias” y, en especial, porque podían ser una influencia negativa para los jóvenes sinaloenses (Plascencia, 2015: 173).

Por otra parte, un matiz que es pertinente señalar es que, dentro de la crítica directa a los jóvenes rebeldes, las mujeres en particular fueron sometidas a una mirada mucho más estricta. A ellas no solo se les acusaba de rebeldía, del cambio en su apariencia, de vagancia, etc., sino, además, de la pérdida de su feminidad y de su facilidad para dejarse cautivar por movimientos feministas y por las nuevas modas que mostraban mucho más su cuerpo. A la mujer joven se le acusaba por dos razones centrales en cuanto a su apariencia: bien porque decidía adquirir “el aspecto físico del varón” o bien porque se dejaban llevar por la “falta de vergüenza” que implicaba usar pantalones y minifaldas:

Las mujeres falsamente modernas conservan su feminismo en su aspecto puramente material. En un arreglo estatutario de su persona. Incluso en esto se desfeminiza. El peinado, el maquillaje, las pestañas artificiales, todo lo externo van convirtiendo a la mujer en un “objeto”. Esto es grave, porque es la afirmación de su deseo de no tener nada dentro, sino todo fuera, como un jarrón chino (“Los peligros del feminismo ultramoderno”, 1965: 1-2).

En el mismo sentido, el pantalón y la minifalda como las dos grandes prendas que cautivaron el interés de las mujeres fueron cuestionados bien con ironía y con sarcasmo. Se culpaba a esta moda de estar menguando la poca moralidad que existía en el mundo femenino y de hacer que las personas se olvidaran “de la religión católica que tanto recomienda que sean muy recatadas y morales, para aparecer dignos a los ojos de Dios”. Es decir, que se tornaba más importante el cuidado de la religión que la expresión de la feminidad (Plascencia, 2015: 175). La tensión entre las mujeres con su nueva vestimenta y la religión incluso llegó a que en 1968 se dispusiera no darle la comunión a aquellas que fueran al templo con la falda por encima de la rodilla, en lo que se consideraba una forma de vestir “deshonesta”, como lo estableció Plascencia; en

dichas disposiciones religiosas se les pedía a las demás entidades católicas que también fueran vigilantes de la manera en que las mujeres se presentaban:

El cardenal consideraba oportuno dar esta terminante orden, ya que la moda día a día se hacía más exagerada; por consiguiente, más inmoral. En dicho edicto, no solo se pedía la cooperación de Acción Católica, Acción Católica Femenina, Movimiento Familiar Cristiano, Cursillistas de Cristiandad, Congregaciones Marianas y Damas de la Caridad, sino de forma muy especial la de los padres de familia y los esposos (Plascencia, 2015: 177).



Figura 9. *El Diario de Culiacán*,  
12 de junio de 1969.



Figura 10. *El Sol de Sinaloa*,  
5 de noviembre de 1968.

La figura 9 deja entrever que las críticas a la vestimenta de las mujeres eran cuando menos sarcásticas, y escenificadas en las caricaturas de la prensa. Se puede ver a dos mujeres, que usan minifalda, conversando con el padre Mario Uchurutu Ramos, a quién le preguntan por la demolición del atrio, obteniendo una respuesta cargada de ironía: “Sí, hija mía, para que parezca la Catedral de Notre Dame de París. Alrededor habrá prados con flores y los jardineros hablarán en francés” (“La minifalda en la iglesia”, 1969: 2). Sin lugar a duda, esta expresión acompañada de la vestimenta de las mujeres representa una crítica mordaz a la adaptación de las tendencias de la moda europea por parte de las mujeres culiacanenses, al parecer en un esfuerzo por ambientar la vida a semejanza de otras sociedades, algo que, como se ha

observado, estaba mal visto por parte de la Iglesia, mucho más al implicar el uso de la minifalda.

De manera que entre los jóvenes fueron las mujeres quienes más recibieron discursos contradictorios: por un lado, las reiteradas solicitudes de recato y, por el otro, desde la publicidad, el llamado a usar los nuevos estilos y a consumir los nuevos modelos de ser mujer.

## **Conclusiones**

El surgimiento de los jóvenes como nuevos actores sociales marcó de manera determinante la esfera pública mexicana de los años sesenta. Esto llevó a que el mercado y la sociedad dirigieran su mirada hacia ellos, bien para criticarlos con contundencia o bien para hacerlos consumidores de un nuevo mercado que atendía sus emergentes necesidades de cuidado y de arreglo personal. Esto generó un choque entre miradas de corte tradicionalista que concebían la continuidad de las buenas costumbres y los valores representados en una adecuada manera de vestir y de comportarse, con otra que promovía un estilo que permitiera el desarrollo de la libertad y de la originalidad.

Los jóvenes encontraron en la moda una herramienta para la comunicación de sus intereses. Los cambios en la moda que se presentaron a nivel global tuvieron formas de adaptación particular en México, al tiempo que los debates y las tensiones por cuenta del reflejo de estos cambios repercutieron en Culiacán incrementando la preocupación de los padres por los nuevos estilos de sus hijos, estilos que muchas veces se acompañaban con nuevas formas de asumir la sexualidad y de ser hombre y ser mujer.

En este proceso la prensa local y regional fueron determinantes para cumplir con dos funciones: por un lado, el apoyo a la promoción de las nuevas tendencias en la vestimenta, la difusión de ideas sobre la moda, la importancia de relacionar la moda con la condición moderna, otorgando relevancia a los nuevos estilos que llegaban de Estados Unidos y de Europa a través de las cadenas comerciales; sin embargo, por otro lado, la prensa se sumó a la lluvia de críticas frente al significado social que tenía el uso de todas esas prendas de vestir por parte de los jóvenes, al equiparar juventud con rebeldía, y desparpajo y libertad con deseo de subvertir el orden social establecido.

Un aspecto más que se demostró en el artículo es que la prensa tomada como fuente de investigación, y en diálogo con la relación moda y juventud, puede servir para explorar dinámicas de promoción, legitimación y cuestionamiento por parte de los medios de

comunicación, las instituciones y la sociedad en general, frente a temas como la moda, la apariencia, la estética, el cuidado del cuerpo, los productos de belleza, las exigencias sobre el buen y el mal vestir, las implicaciones sociales de la apariencia, etc., múltiples tópicos que en una falsa apariencia son ligeros o de menor importancia frente a las grandes coyunturas políticas que tanto interesan al periodismo, y que, no obstante que aparecen con menor frecuencia, están dispersos en las páginas periodísticas y deben ser revisados con muchísimo más cuidado.

Por último, cabe señalar que la prensa de Culiacán sirvió como plataforma de comunicación y de adaptación para las tendencias de la moda nacional e internacional. En tal sentido, en sus notas, columnas y publicidad se puede encontrar una versión regionalizada de un problema de investigación de alcance global. A futuro es pertinente continuar indagando por otras formas de manifestación de este objeto de estudio, como, por ejemplo, la relación que se pudo establecer entre prácticas de consumo y resistencias morales y que, a través del análisis de la prensa, se dé cuenta del efecto que tuvo en la sociedad culiacanense el uso de prendas de vestir particulares como la minifalda o el bikini, que fueron de rápida apropiación por parte de las mujeres.

## Referencias

- Bard, Christine (2012). *Historia política del pantalón*. Barcelona: Tusquets.
- Barthes, Roland (2003). *Sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós.
- Burke, Peter (2005). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Cáceres, María Dolores, y Paloma Díaz (2008). “La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas”. *Estudios del Mensaje Periodístico*, (14), 309-27.
- Cagnolati, Antonella (2016). “Desde la moda al feminismo: mujeres y prensa pedagógica (Italia, s. XIX)”. *Innovación educativa*, (26), 29-46. doi: 10.15304/ie.26.3599.
- Cardona, Maureen Johanna (2020). *Identidad femenina y moda en Culiacán 1960-1970* [Tesis de Maestría en Historia, Universidad Autónoma de Sinaloa].
- Chartier, Roger (2009). *El mundo como representación. Estudios sobre historia cultural*. Barcelona: Gedisa.

- Cobo, Elisa Andrea y Olga Yanet Acuña (2019). “Belleza, moda y elegancia en Colombia vista a través de la revista *Cromos*, 1916-1929”. *Tzintzun. Revista de Estudios Históricos*, (70): 87-120.
- Cruz, Rosalba (2000). “El periódico, un documento historiográfico”. En Celia del Palacio (coord.), *Historia de la prensa en Iberoamérica* (pp. 421-440). México: Altexto/Universidad de Guadalajara/Universidad de Colima/Universidad de Guanajuato/Universidad de Michoacán/Colegio de Michoacán.
- Cubillos, María Carolina (2006). *El artilugio de la moda: ideologías y mentalidades acerca de la moda en la prensa. Medellín, 1930-1960* [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia, Colombia].
- Cubillos, María Carolina (2015). *Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en la prensa, 1960-1970*. Colombia: Instituto para el Desarrollo de Antioquia.
- Del Palacio, Celia (2000). “Propuesta metodológica para hacer historia de la prensa en Iberoamérica”. En Celia del Palacio (coord.), *Historia de la prensa en Iberoamérica*. México: Altexto/Universidad de Guadalajara/Universidad de Colima/Universidad de Guanajuato/Universidad de Michoacán/Colegio de Michoacán.
- Díaz, Ana María, Ingrid Paola Cortés, John Jairo León, y Pedro Pablo Aguilera (2018). “La revista *Cromos* y la metáfora de la publicidad en los años sesenta”. En *100 años de frases publicitarias: análisis del texto publicitario en la revista Cromos 1916-2015*. Colombia: Universidad Santiago de Cali.
- “Editorial. Combatir la vagancia” (21 de mayo de 1965). *El Diario de Culiacán*, 4.
- “El mundo de los rebeldes sin causa” (21 de abril de 1960). *El Diario de Culiacán*, 2-3.
- Escalante, Katia (10 de diciembre de 2018). “Juventud mexicana, juventud ejemplar. Estampas y estigmas en las narrativas oficiales, México 1958-1976”. *Nuevo Mundo, Mundos Nuevos*. doi: 10.4000/nuevomundo.73821.
- Felitti, Karina (2018). “De la ‘mujer moderna’ a ‘la mujer liberada’”. Un análisis de la revista *Claudia* de México (1965-1977)”. *Historia Mexicana*, 67(3), 1345-1394. doi: 10.24201/hm.v67i3.3531.
- Foucault, Michel (1999). *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.
- García, Carola (2015). *Entre la tradición y la modernidad. Las identidades femeninas en las revistas mexicanas*. México: LEEA Estrategias Corporativas.

- Gil, Anderson Paul (2018). “Miradas historiográficas a la relación prensa e historia en el caso de Pereira”. *Ciencia Nueva. Revista de Historia y Política*, 2(1), 134-152. doi: 10.22517/25392662.15911.
- Gil, Anderson Paul (otoño-invierno 2020). “La Cadena García Valseca en México: la empresa periodística que llenó de soles el país, 1941-1972”. *Letras Históricas*, (23), 167-194. doi: <https://doi.org/10.31836/lh.v0i23.7233>.
- González, Beatriz y Cristina Barreiro (2018). “La fotografía de moda y el surrealismo fotográfico. Una relación sin fin”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 79-98. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.05.
- González, Laura y Pedro Pérez (2009). “La Moda Elegante e Ilustrada y El Correo de las Damas: dos publicaciones especializadas en moda en el siglo XIX”. *Doxa. Comunicación*, (8), 53-71. doi: 10.31921/doxacom.n8a3.
- Gutiérrez, Juan (2013). “La moda imposible. Moda de vanguardia, 1960-2010”. En *La moda imposible. Moda de vanguardia en el Museo del Traje, 1960-2010* (pp. 7-15). Madrid: Ministerio de Educación, Cultural y Deporte.
- Hernández, Pablo (2017). “Consideración teórica sobre la prensa como fuente historiográfica”. *Historia y Comunicación Social*, 22(2), 465-77. doi: <https://doi.org/10.5209/HICS.57855>.
- Higgs, John (2016). *Historia alternativa del siglo XX*. México: Penguin Random House.
- Hobsbawm, Eric (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Crítica.
- Kircher, Mirta (2005). “La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica”. *Revista de Historia*, (10), 115-22.
- “La ‘mini’ en el IAC” (4 de octubre de 1970). *El Diario de Culiacán*, 3.
- “La minifalda en la iglesia” [caricatura] (12 de junio de 1969). *El Diario de Culiacán*, 2.
- “La tendencia en peinados” (15 de agosto de 1965). *Nosotras Decidimos*, 2.
- Laver, James (1988). *Breve historia del traje y la moda*. Madrid: Cátedra.
- Liera, María de la Luz (2014). “La capital sinaloense como plataforma comercial”. En E. Frías y M. L. Vidales (eds.), *Ensayos de historia regional. Nuevas perspectivas en la historiografía de Sinaloa* (pp. 61-88). Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Loeza, Soledad (2010). “Modernización autoritaria a la sombra de la superpotencia, 1944-1968”. *Nueva historia general del México*. México: El Colegio de México.

- “Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa” (22 de septiembre de 1960). *El Diario de Culiacán*, 2-3.
- “Los peligros del feminismo ultramoderno” (8 de agosto de 1965). *Nosotras Decidimos*, 1-2.
- Luna, Sara Minerva (2016). “Juventud, modernidad y censura: las fronteras de la representación de la rebeldía juvenil 1957-1966”. *Vitam. Revista de Investigación en Humanidades*, 2(3), 27-48.
- Luque, Sergio, y Concha Pérez (2018). “El empoderamiento femenino en las revistas de moda. ¿Realidad o aspiración?” *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 122-59. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.07.
- Madero Castro, Andrea M (2017). “Género, medios de comunicación y poder. Una mirada a las revistas de moda para mujeres: el caso de *Vogue*”. *Balajú. Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana*, (6), 22-42. doi: 10.25009/blj.v0i6.2525.
- Menéndez, María Isabel (2009). “Aproximación teórica al concepto de prensa femenina”. *Communication & Society*. 22(2), 277-97. doi: 10.15581/003.22.2.277-297.
- Padrés, Mercedes (28 de febrero de 1965). “La difícil relación entre padres e hijos”. *Nosotras Decidimos*, 1-2.
- Páez, Iván (2017). *Expresiones masculinas en el Culiacán de los sesenta*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Plascencia, Liliana (2015). “Culiacán en los años sesenta: jóvenes, censura y moralidad”. *Historia Temática de Sinaloa*. Vol. V: Vida social y vida cotidiana. Culiacán: Instituto Sinaloense de Cultura.
- Plaza, Juan (2004). *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescentes : la representación de los famosos* [Tesis de doctorado, Universidad Pontificia de Salamanca, España].
- Rábago, Rafael (7 de abril de 1960). “Editorial. Un momento”, *El Diario de Culiacán*, 2.
- Ramírez Bacca, Renzo (2010). *Introducción teórica y práctica a la investigación histórica. Guía para historiar en las ciencias sociales*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia.
- Reina, Carlos (2014). “Mercantilización, moda y mujer en la prensa bogotana durante las primeras décadas del siglo XX”. *Ciudad Paz-ando*, 7(2), 30-49. doi: 10.14483/udistrital.jour.cpaz.2014.2.a02.

- Riello, Giorgio (2016). *Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Roche, Daniel (1996). “La cultura material a través de la historia de la indumentaria”. En Hira de Gortari, Guillermo Zermeño (coords.), *Historiografía francesa. Corrientes temáticas y metodológicas recientes*. México: Universidad Iberoamericana/Instituto Mora/CIESAS/UNAM. <http://books.openedition.org/cemca/610>.
- Saa, Marcela Eliana (2018). “Del pelo corto a la cabellera despeinada: genealogía de los cuerpos juveniles en las revistas ilustradas chilenas”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 55-78. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.04.
- Sánchez, Sergio Arturo (2018). *El 68 en Sinaloa. Una juventud en lucha por la democracia*. Guadalajara: Astra.
- Sánchez, Sergio Arturo, y Antonio de Jesús Uzeta (2015). “Periodismo y violencia política en México, 1970-1976. La mirada de *El Diario de Culiacán*”. *Letras históricas*, (12), 115-40. doi: 10.31836/lh.12.1780.
- Sanmiguel, Patricia, y Teresa Sádaba (2018). “Análisis de los primeros estudios sobre el liderazgo personal y la difusión de tendencias de moda (1950-2000)”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 99-121. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.06.
- Sargento X (27 de septiembre de 1960). “Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa: funcionamiento y características de la delincuencia juvenil”. *El Diario de Culiacán*, 3-5.
- Sargento X (29 de septiembre de 1960). “Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa: la familia”. *El Diario de Culiacán*, 2.
- Sargento X (23 de septiembre de 1960). “Los orígenes y propagación de los rebeldes sin causa: Los contrastes”. *El Diario de Culiacán*, 1-3.
- Schaufler, María Laura (2016). *La construcción del erotismo en revistas femeninas de la década del '60 en Argentina* [Tesis de doctorado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario, Argentina].
- Serna, Justo, y Anacleto Pons (2013). *La historia cultural. Autores, obras, lugares*. Madrid: Akal.
- Steele, Valerie (4 de mayo de 2020). “La victoria de la ropa informal. El futuro después del coronavirus”. *El País*.

- Tirado, Álvaro (2014). *Los años sesenta. Una revolución en la cultura*. Colombia: Penguin Random House.
- Velasco, Ana María (2018a). “Prensa de moda para hombres en España: intereses de clase y tendencias en La guía del peluquero (1873-1880)”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 30-54. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.03.
- Velasco, Ana María (2018b). “Presentación”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 1-7. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.01.
- Vigarello, Georges (2009). *Historia de la belleza. El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Villena, Eduardo (2018). “El tratamiento informativo de la moda en la prensa española: el caso de David Delfín”. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(10), 160-174. doi: 10.12795/RiHC.2018.i10.08.
- Zolov, Eric (2009). “La juventud se impone: rebelión cultural y los temores de los mayores en México 1968”. *De/rotar* 1(2), 102-107.