



De Puta Madre 69: schokkend of modieus?

Door Ivo Mijland

Sinds enkele jaren is een nieuw kledingmerk populair onder leerlingen: De Puta Madre 69. De jongens en meiden vinden het prachtig, maar docenten en ouders zijn minder enthousiast. De shirts zijn aanstootgevend en bevatten naast de merknaam (te vertalen als ' hoerenkind') vaak ook andere pittige teksten. Op de nieuwe collectie van 2008 schreeuwen in felle kleuren teksten als 'Liquid cocaine', 'Mafia family', 'Warning: cock on fire', 'Drug unit' en 'Keep your bitch rich'. Laatst zag ik nog een jochie van dertien met een shirt 'Cock of the year'. Tijd voor een nader onderzoek.

De Puta Madre 69 heeft een vermelding op Wikipedia (zie kader). Wat blijkt: de vertaling hoerenjong (puta=hoer, madre=moeder) is in eerste instantie makkelijk te maken, maar de oorsprong van het merk ligt in Spanje, waar jongeren te pas en te onpas 'De Puta Madre' roepen met als betekenis: dit is te gek, dit is vet cool. Jongerentaal dus. Ik vraag enkele leerlingen een reactie op het kledingmerk. De eerste leerling die ik spreek, begrijpt weinig van alle ophef. Sanne is een echte liefhebber van De Puta Madre. "Het is gewoon anders dan andere kleding. De kleuren zijn hartstikke hip en die teksten maken het een spannend kledingstuk." Als ik vraag hoe de reacties zijn op haar kleding, begint ze hard te lachen. "Docenten zeuren er inderdaad wel over. Laatst vroeg een leraar me wat mijn moeder ervan vond dat ik de boodschap 'je moeder is een hoer' op mijn shirt had staan. Dat is heel simpel, zei ik. Mijn moeder heeft ook een kast vol De Puta Madre. Ze vindt het een hartstikke leuk merk." Ook Stefan heeft diverse shirts van De Puta Madre. "Ik snap niet waar mensen zich druk om maken. Laatst had ik een shirt aan met een afbeelding Che Guevara. Een leraar vroeg of ik wist wie het was. Nee, dat wist ik niet. Ik vond het gewoon een mooi shirt. Kan mij het schelen wie die man is." De vader van Joost beaamt dat. "Het maakt voor die jongens en meiden niks uit wat erop staat. Of dat nu een playboybunny is of een schunnige tekst. Als ze het mooi vinden, kopen ze het." Overigens springt de commercie probleemloos in op dit soort discussies en is er inmiddels een shirt op de markt waarop Che Guevara prijkt met daaronder de tekst: 'I have no idea who this is'. Dat getuigt dan weer van een zekere zelfkennis en humor.

Proef op de som

Om te ervaren hoe De Puta Madre op school ontvangen wordt, nam ik de proef op de som en ging ik aan het werk in een shirt van het gewraakte merk. De reacties logen er niet om. Plots ervaar je wat er bedoeld wordt

met de generatiekloof. Al vrij snel volgen de eerste reacties. Ik ben bezig met mijn rondje langs de lokalen om intakegesprekken te voeren met leerlingen die zich hebben opgegeven voor de faalangstcursus op onze school. Ik proef problemen. Leerlingen complimenteren me met mijn gave shirt. "Te gek, De Puta Madre is een gaaf merk," hoor ik roepen. Collega's

Misschien moeten we eerst de achtergronden doorgronden, voordat we veroordelen

reageren juist afwijzend en wijzen het kledingmerk duidelijk af. Zij storen zich aan mijn kledingkeuze. Ik snap het niet, maar begrijp het wel. Want het is natuurlijk vervelend als je als moeder aan je zoon uitlegt dat De Puta Madre geen gewenste kleding is, terwijl een docent vervolgens voor de klas staat in zo'n shirt. De rest van de dag ga ik verder met faalangstgesprekken. Met mijn papieren verberg ik onhandig de merknaam van mijn nieuwe shirt. Kort flitst door mijn hoofd: "Dat kreng kostte me verdomme wel 60 euro!" Met humor probeer ik me overeind te houden. Een zoveelste 'weet je wat dat betekent' pareer ik soepel, wijzend op zijn Nike-trui: "Nike, wist je dat dat Israëliësch is voor neuken?" Er wordt voorzichtig gelachen, terwijl een van mijn tafelenoten ongelovig en serieus reageert: "Dat meen je niet?"

De generatiekloof bestaat

Enthousiasme en afkeer lagen zo dicht bij elkaar bij mijn actie om een shirt te dragen van De Puta Madre. Eng. Ik voelde me naar. Plots volgt een theorie in mijn brein. Het is de generatiekloof die pijnlijk zichtbaar wordt. Ik heb me onbedoeld voor één dag aangesloten bij de leerlingen, die een bondgenoot zien in hun strijd tegen de altijd zeurende docenten. Moraalridders. Zij die de hele dag vertellen hoe het hoort. En daar hoort een vermaning richting het dubieuze kledingmerk bij. Je loopt

toch ook niet rond met een shirt met een Nederlandse tekst in de trant van: 'je moeder is een hoer' of 'neuk het systeem'? Anderzijds: hoeveel papa's en mama's kleden hun kroost tegenwoordig niet met het populaire kinderklledingmerk Eager Beaver? Als je kinderen dat dragen, straal je status uit. Maar weten die ouders ook dat in de porno-industrie voortdurend ge-

strooid wordt met de term eager beaver? Dat daar in een pornofilm over gesproken wordt, als de dame gewillig haar vagina ter beschikking stelt aan het mannelijke geslachtsdeel van haar tegenspeler? Er is zelfs een drieluik pornofilms in omloop dat de titel 'Eager Beaver' draagt. En dat is beslist geen softsexmateriaal. In ieder geval mogen die ouders hopen dat hun kind niet op Google gaat zoeken naar eager beaver, want na de 'hits' van het kledingmerk, volgen ook diverse zoekopbrengsten die schokkend te noemen zijn.

We moeten het goede voorbeeld geven en onze jeugd vertellen wat wel en niet kan, maar we moeten de dingen ook niet zwaarder maken dan ze zijn. Leerlingen zitten niet te wachten op wijze lessen van wijze mannen en vrouwen. Ze hebben al zo weinig voor het zeggen op school, dus laten ze zich ook niet nog eens de les lezen over hun kledingkeuze. "Ik bepaal zelf wel wat ik draag!" zo zegt Jorien stellig. Jorien vertelt dat docenten bovendien moeten begrijpen dat de taal van jongeren niet altijd dezelfde is als van hun docenten: "Als ik roep 'dat was een fuc-kin' goede les', dan bedoel ik dat echt positief. Jammer dat leraren er iets negatiefs achter zoeken." Gezien deze reactie moeten we misschien eens wat vaker vanuit de leerling reageren.



Gewoon door te erkennen dat ze het mooie kleding vinden, te erkennen dat hun shirtjes óók hartstikke hip zijn. Van daaruit is de discussie waarschijnlijk makkelijker te voeren.

Vet cool

In ieder geval blijkt dat jeugd en volwassenen totaal verschillend tegen het controversiële kledingmerk aankijken. De makers van de kledinglijn lijken deze tegenstellingen perfect uit te spelen. Hoe meer er geklaagd wordt door de volwassenen, hoe meer de jeugd zich bevestigd voelt in haar kledingkeuze. Elke negatieve opmerking in het klaslokaal geeft meer potentiële klanten. Is het niet zo dat we als volwassenen vergeten dat 'slang' zorgt voor misverstanden? Mijn zoektocht heeft

Ik ben ervan overtuigd dat onze tieners niet de bedoeling hebben te provoceren

bewezen dat De Puta Madre 69 voor de jeugd niet meer en niet minder is dan een cool kledingmerk. Op internet wordt immers gesproken over de betekenis die de term voor jongeren heeft: met De Puta Madre straal je uit dat je vet cool bent. Ik was dat, ondanks mijn 38 jaar, ook voor een dag. Maar de reacties van collega's hebben me ervan overtuigd dat ik een grove inschattingfout gemaakt heb door het te dragen. Dat spijt me zeer. Ik had geenszins de bedoeling te provoceren en dat hebben onze tieners, daar ben ik inmiddels van overtuigd, ook geen moment. Het provoceren begint namelijk pas als wij als volwassenen gaan vertellen wat wel en wat niet door de beugel kan. De reacties van volwassenen maken van De Puta Madre meer dan het in feite is. Misschien moeten we overwegen om eerst de achtergronden te doorgronden, voordat we veroordelen. Want aan onze veroordelen hebben onze leerlingen, terecht, een broertje dood.

Ivo Mijland is journalist voor Duo Tekstburo en verzorgt voor zijn eigen trainingsbureau (www.consult-content.nl) trainingen voor onder andere mentoren.

Dit artikel is een bewerking van een artikel dat eerder verscheen in 'Van 12 tot 18'.



De Puta Madre 69 is een kledingmerk, vooral bekend van T-shirts met aandachttrekkende teksten. Het bedrijf is ondanks zijn Spaanse naam gevestigd in Rome. Volgens de verhalen werd het merk opgericht door Ilan Fernández, een Colombiaanse ex-gevangene en drugsdealer. Om zich in de gevangenis van Barcelona ergens mee bezig te houden, begon deze T-shirts te bedrukken. Toen hij vrijkwam, startte hij het bedrijf, samen met een financiële investeerder en de ontwerper Mushi. Ook de officiële teksten van het merk bevestigen dit verhaal, maar het is onduidelijk of het op waarheid berust of slechts een promotieverhaal is. Hoewel de naam van het merk in eerste instantie wat vreemd aandoet, (puta is Spaans voor hoer en madre is moeder) is 'De puta madre!' een normale uitdrukking onder (jonge) Spanjaarden om aan te geven dat iets erg goed is. Men gebruikt het bijvoorbeeld wanneer iemand vraagt of het eten gesmaakt heeft.

Bron: www.wikipedia.nl