

35



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLAN
DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES**

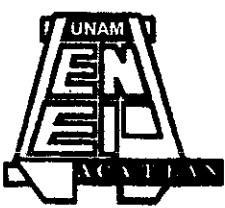
"GRAFFITI: VOZ ALTERNATIVA EN LAS CALLES DE LA CIUDAD DE MEXICO"

T E S I S

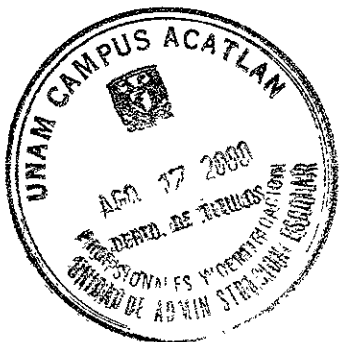
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A

SILVIA MONTES BARCENAS



NAUCALPAN, EDO. MEX.



2000

28/1972



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

A la Universidad Nacional Autónoma de México

Aquel atardecer se tornó alegre y prometedor, mi felicidad era indescriptible, en mi rostro se dibujó una gran sonrisa y en mis ojos un brillo de satisfacción, la nostalgia se disfrazó de esperanzas y emoción, había terminado de estudiar la preparatoria (CCH_Azcapotzalco), el momento de tener más seriedad y compromiso para continuar con mis estudios daba inicio. Después ingresé a la ENEP Acatlán, han transcurrido los años y ahora me encuentro orgullosamente frente a tí con el presente trabajo de tesis. "Graffiti: voz alternativa en las calles de la ciudad de México", cuyo contenido está fundado en dos partes, la primera es académica y la segunda vivencial.

Quiero compartir contigo esta amplia dedicatoria pues a todos los que en ella enuncio ocupan física o moralmente un lugar simbólico en mi vida. He de mencionarte al ser infinito, amigo fiel, testigo de mis actos y compañero sin condición de mis andanzas, te hablo de Dios, sin él mi vida no tendría el mismo sentido.

Dedico este trabajo a mi madre Aurelia Bárcenas por apoyarme sin reserva con su esencia y presencia, por confiar en mí y compartir las multifaces del personaje ficticio en que a veces me convertí. Gracias por su paciencia y amor. Ella es sin duda mi mejor amiga y sabe que la quiero mucho.

A mi padre Teodoro Montes que con su enigmática e indescifrable expresión me motivo para no retroceder.

Por su dulce sonrisa, su trato amable y esa galante personalidad que lo caracterizan. Por su tiempo y orientación, mi guía, mi aliciente, motivo para expresarme abiertamente y valorar más el aspecto académico y humano de la gente, Profesor Alex Byrd, ¡en hora buena!, este trabajo también es para usted.

Luci Acosta, te quiero mucho por tu comprensión, ternura, paciencia, orientación y tu tenacidad -la fórmula perfecta para vencer cualquier obstáculo-. Gracias por confiar en mí y brindarme tu apoyo pleno y amistad.

Muy en especial a mis sinodales: Rocío Castellanos, Ana Celia Montes, Daniel Mendoza, Eduardo Escamilla.

También a los profesores: Diego Juárez, Fernando Straffon, Leticia Martínez, Javier Avila y José Ignacio Aceves.

Miss Ana María Schalch, su apoyo incondicional dio forma a este trabajo, su confianza es parte de la trayectoria.

A todos los graffiteros que me brindaron sus testimonios para darle vida a las hojas muertas y enseñarme a explorar y conocer desde otra perspectiva el eco sonoro de los mensajes implícitos en las voces de las paredes.

Fly, Nuke, Osquín, Camaleón, Gatica, Jiripollo, Gabi, etc. Puedo decirles que ya son más de uno los que han escuchado y comprendido sus mensajes.

A Angie mi amiga.

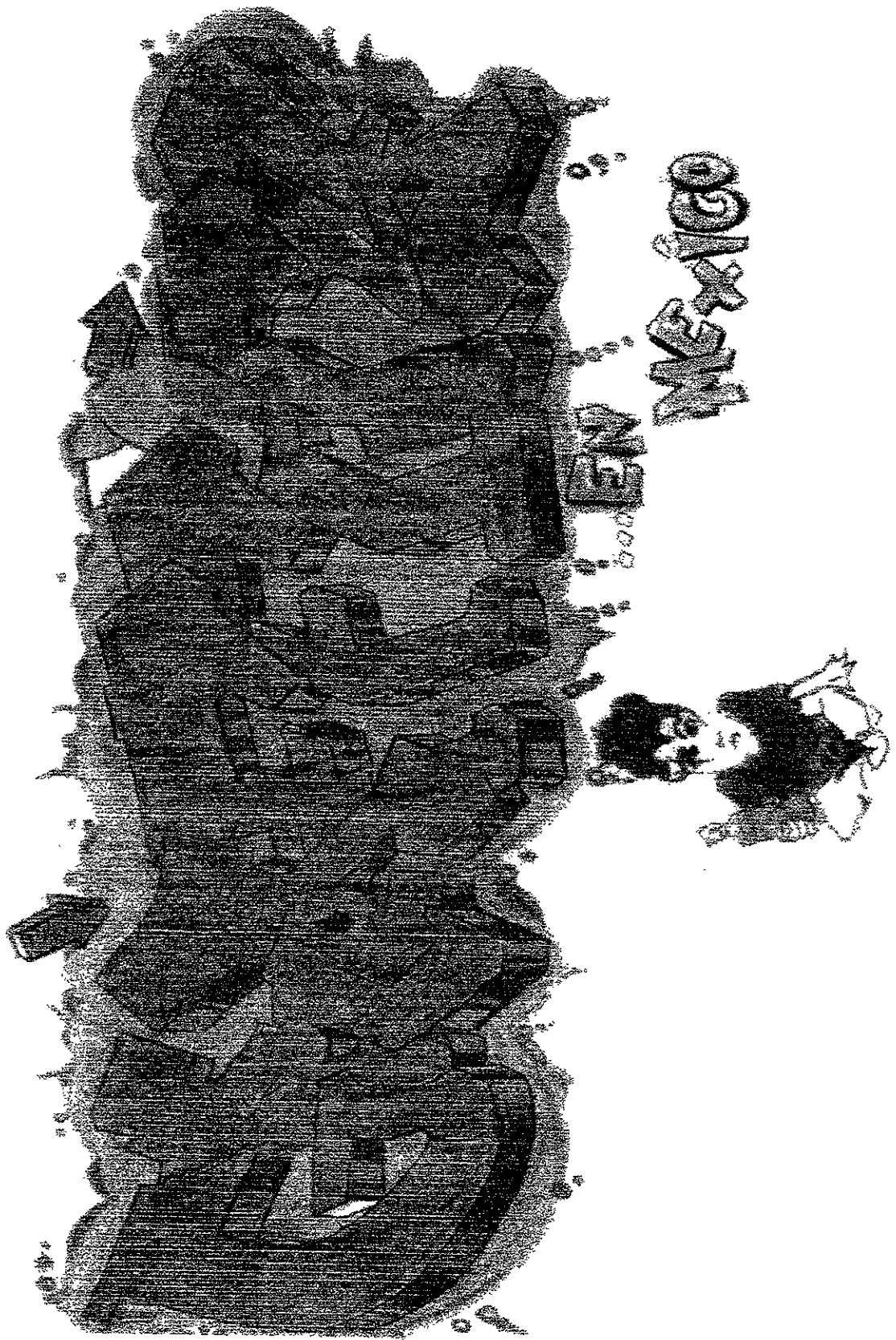
Con cariño para el "Flaco" (Teodoro Montes) mi hermano.

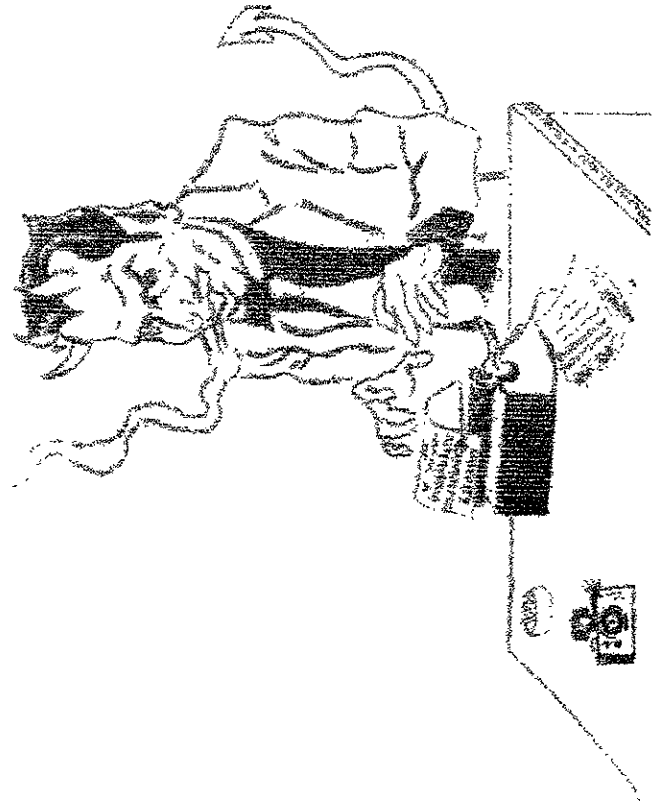
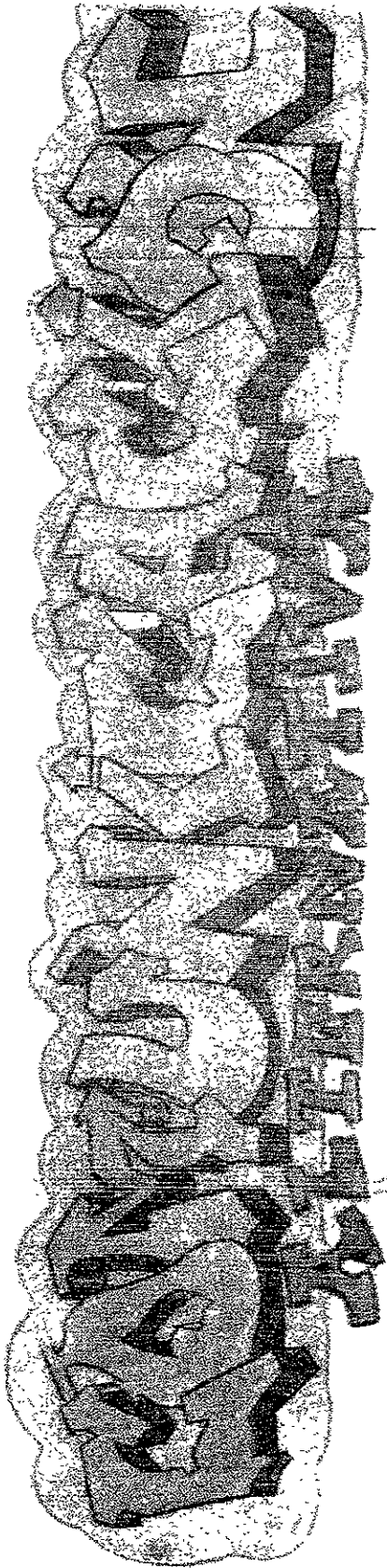
Daniel Arvizu, el "Soñador", mi gran amigo. Estas líneas, una imagen y uno que otro "ladrillito" son para tí.

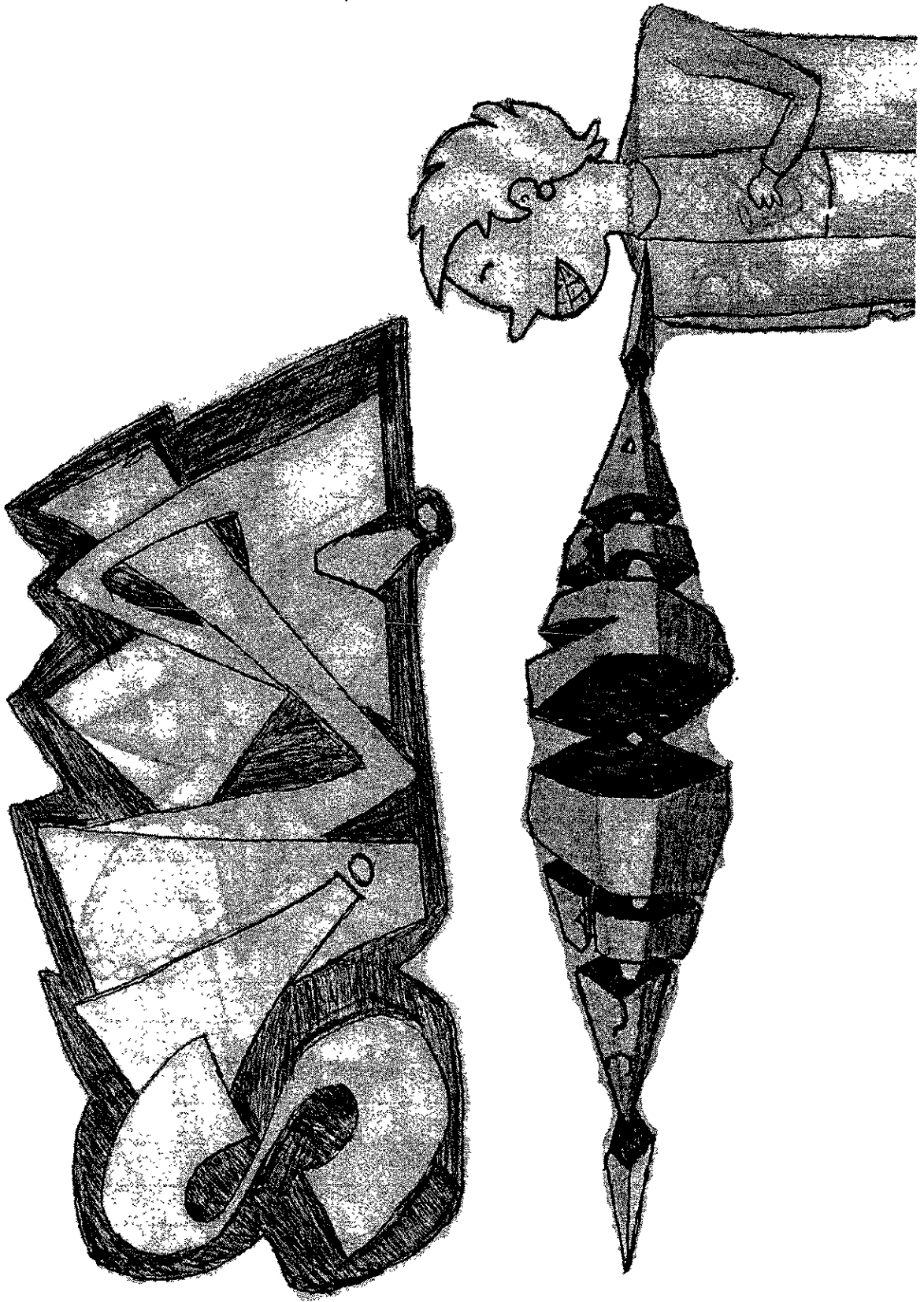
A mis amigos y fieles colaboradores: Jesús Martínez, Javier Valencia, Mario Schalch y Carlos Castillo.

A mí misma por que sé que tengo la capacidad, ánimo y entusiasmo,-a pesar de mis efectos retardados- para luchar por el logro y cumplimiento de mis metas. Sigo con deseos y ganas de crecer académica y humanamente.

Todavía sigo sonriendo







INTRODUCCIÓN

El graffiti es un fenómeno inquietante y poco explorado por los estudiosos, en cuanto a formas de expresión se refiere. A la fecha, sigue siendo una voz que no pasa inadvertida. Desde la edad antigua, los muros son dotados de vida, por lo tanto, aún murmuran, cantan, gritan y critican, lo que quizá para algunos “personajes” reales fue secreto.

Lágrimas, risas y dolor emanan de ellos, por ello, el graffiti, es la voz alternativa en las calles de la ciudad de México”.

Las paredes muestran la latente necesidad de comunicar, de ella fluyen múltiples y variados mensajes verbo - icónicos elaborados con base en aerosol y aunque no todos son estéticos o agradables (visual o auditivamente), muchos graffiti se han convertido en la voz alternativa callejera (fugaz, espontánea, precaria), la cual, no ha sido silenciada con tanta facilidad, posiblemente por que lleva implícito un contenido ideológico y cultural que va más allá de lo subversivo.

La inconformidad y la sensibilidad del hombre han sido plasmadas en las calles de la ciudad. El graffiti es el resultado de las inquietudes, experiencias y vivencias de niños, jóvenes y adultos pertenecientes a épocas distintas, dando pauta a una inevitable trascendencia del mismo.

Los autores anónimos del graffiti buscan expresar su presencia y existencia en el contexto social, pretenden ser considerados como personas con voz y voto, capaces de aportar ideas y acciones positivas para beneficio de sí mismos y de su entorno.

El graffiti no es una moda, ni un mero afán de fastidiar, tampoco es un acto ocioso; es un medio alternativo arcaico y trascendental, con un contenido informativo poco comprendido por la sociedad contemporánea. Es un medio cuya estructura, configuración y funciones en diferentes países ha adquirido cierta importancia, pues nos permite conocer la evolución y particularidades de algunas manifestaciones contraculturales del hombre, asimismo, nos aproxima a otras formas de concebir la realidad debido al contenido de sus mensajes.

En este trabajo de investigación no se pretende juzgar (condenar) al graffiti, mucho menos, catalogarlo como una actividad vandálica, una mera expresión artística u otro calificativo afín. El objetivo principal es brindarle al lector de manera más amplia, objetiva y accesible, información referente al graffiti como voz alternativa en las calles de la ciudad de México, a través de una exposición de datos bibliográficos y testimoniales.

En la presente investigación se ofrecen datos acerca de los inicios, trayectoria, contenido, ventajas, limitaciones y futuras expectativas del graffiti, para que sea el lector quien juzgue o saque sus propias conclusiones referentes a esta voz alternativa callejera.

Se ha preferido el testimonio directo a la reflexión exhaustiva, debido al escaso conocimiento que se tiene sobre el tema, asimismo, la estructura de este trabajo trata de romper con esquemas tradicionales (herméticos, tediosos y acartonados), es decir, se pretende inducir al lector de un modo ágil, claro, veraz y sencillo al mundo del graffiti y a los autores del mismo. Ojalá y logremos este propósito.

Para presentar los diferentes testimonios se entrevistó a adolescentes, autoridades y público en general, partícipes de esta realidad. También se visitaron diversos lugares de la ciudad de México y zonas del área Metropolitana

En cuanto al contenido, en primera instancia se ofrece una serie de definiciones sobre la comunicación alternativa, sus características, elementos principales, objetivos, así como sus ventajas y limitaciones. En este mismo apartado se ubicó al graffiti como una de las expresiones que nadie ignora y en cuyos mensajes radica un contenido alternativo

En el capítulo dos se trata de elaborar una aproximación a la definición de graffiti, pues a la fecha no existe un concepto exacto. Para cubrir este objetivo fue necesario realizar una investigación de campo con información verídica y lo más objetiva posible. Se emplearon notas periodísticas, bibliografía y entrevistas directas con graffiteros, instituciones y público en general; datos históricos, evolución y reciente trayectoria. También se hace mención de diversos conceptos del mismo, su clasificación y se señalan, además, los elementos verbo-icónicos que lo conforman y la finalidad de sus autores al crearlos, descubriéndose a sí mismos y mostrando sus habilidades técnicas y estilo, lo cual, nos permite conocer un poco más acerca de la forma de vida y concepción de los artistas del graffiti.

Los testimonios nos aproximan a explorar el mundo del graffiti con experiencias y vivencias de los graffiteros, quienes han constituido una definición propia, han dotado de vida las paredes muertas, maquillado la ciudad; sus secretos ya no son un sueño. Solos o en conjunto ("crew") persiguen una misma causa, la cual está planteada en este apartado, ellos son esencia, voz y voto. En este tercer capítulo también se abre la ventana al lector, se le invita a explorar su mundo, lo incita a escuchar la voz alternativa callejera.

El futuro de los graffiti es impredecible, no se asegura su extinción, reconocimiento o continuación, pero sí una serie de expectativas, al igual que otros muchos medios las ventajas y limitaciones se apoderan de él, quizá siga siendo una expresión "efímera".

ÍNDICE

Dedicatorias	2
Introducción	10

Capítulo 1

El graffiti como medio de comunicación alternativa

1.1	La comunicación alternativa	13
1.1.1	Elementos de la comunicación alternativa	17
1.1.2	Características	18
1.1.3	El medio Alternativo	19
1.1.4	Tipos de medios alternativos	20
1.1.5	Funciones de la comunicación alternativa	21
1.2	Graffiti un medio de comunicación alternativa	23
1.2.1	Los marginados	23
1.2.2	Del espacio urbano	25
1.2.3	El graffiti (Expresión urbana)	28
1.2.4	El proceso comunicativo	31

Capítulo 2

Aproximación a la definición de graffiti

2.1	Panorama histórico	35
2.1.1	El Graffiti en la prehistoria	35
2.1.2	La evolución histórica del graffiti después de la prehistoria	37
2.1.3	El graffiti en la ciudad de México. Ayer y hoy.	40
2.2	¿El graffiti? Diversos conceptos	41
2.3	Clasificación del graffiti	42
2.4	Elementos característicos del graffiti	44
2.5	Nivel imagen Y Nivel mensaje	45
2.6	Técnicas de elaboración	46
2.7	¿Quiénes los hacen y Por qué?	47
2.7.1	De cholos, de barrios y pachuchos, ¿ellos también dibujan?	49
2.7.2	"¿De lengüita por favor!"	52
2.7.3	De graffiteros y "crews"	53

2.8	Y entonces ¿qué es el graffiti?	55
-----	---------------------------------	----

Capítulo 3

¿Qué hablen los graffiteros!

3.1	Testimonios sobre la creación de graffiti, a partir de las experiencias y vivencias de los graffiteros	75
3.1.1	El Graffiti ¿arte o no?	76
3.1.2	¿ Y de qué hablan los graffiti?	79
3.1.3	Válvulas y latas. Esencia del graffiti	81
3.1.4	Y en graffiti. Cholos vs. Taggers	82
3.2	Y se hizo el graffiti. Diversas concepciones sobre el graffiti, según los graffiteros	84
3.3	Graffiti voz alternativa en las calles de la ciudad de México	86
3.4	Breve relato	88

Capítulo 4

El futuro de los graffiti

4.1	Alcances y limitaciones del graffiti. Voz alternativa.	101
4.2	¿Qué les depara el futuro a los graffiti?	103
	Conclusiones y observaciones	110
	Aspectos técnicos y metodológicos	114
	Bibliografía, hemerografía, audiografía y otras fuentes	118
	Anexo	
A.1	Pasos para la elaboración de un graffiti	126



CAPÍTULO 1

1. EL GRAFFITI COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

"No se puede descartar el deseo de comunicación.
El escritor de graffiti puede querer ser leído,
quizá sea más preciso "escuchado",
cosa no en absoluto increíble".

Gan Bustos Federico.

1.1. La comunicación alternativa

Hablar de lo alternativo en el ámbito de la comunicación es hablar de otra comunicación "expresión distinta" a lo que habitualmente estamos acostumbrados a escuchar y a observar es decir, aquella donde los mediadores son los medios masivos de comunicación.

La comunicación alternativa se contrapone a la comunicación dominante, lo alternativo en este enfrentamiento resulta ser lo "otro", lo diverso, lo que no se atiene a las reglas impuestas por el sistema imperante.

El carácter y objeto principal de la comunicación alternativa es, como lo señala Miguel Angel Granados Chapa, "convertirse en comunicación de los dominados, oprimidos, la otra parte de la sociedad que no tiene posibilidades de expresarse veraz y oportunamente". **(1)*

Comunicación alternativa es un término que frecuentemente escuchamos y repetimos para calificar algunas acciones y/o decisiones, forman parte de nuestro vocabulario aun sin saber realmente su significado. Lo alternativo en comunicación no existe como una definición estable ni puede existir, pues depende de la coyuntura concreta de cada panorama comunicativo por ello más que hablar de comunicación alternativa hay que referirse a elementos alternativos en la comunicación.

Actualmente algunos estudiosos de la comunicación han rebasado conceptos como el anterior, asimismo detectaron contradicciones en algunas teorías, lo que nos lleva a comprender su inestabilidad.

El término alternativo se ha señalado en connotaciones diversas por ejemplo el uso de esta palabra (como adjetivo sustantivado) sólo por moda, se hace referencia de este en el panfleto clandestino, la televisión por cable, el video de barrio, el teatro ambulante, las radios libres o el nuevo sistema de producción de mensajes aplicado a todos los ámbitos de la vida cotidiana como las paredes, las cabinas de teléfonos, los vagones del metro entre otros. Todos son poco costosos y en algunos casos bien elaborados.

Etimológicamente lo alternativo, que proviene del latín "alter" (otro), significa lo que corresponde a otro distinto y contrapuesto a lo ya establecido. En síntesis el concepto "alternativo" se refiere a un fenómeno caracterizado por un intento de producción y recepción de ideas donde los propósitos comunicativos apuntan no sólo a una participación en la gestión y creación de los mensajes, sino a objetivos más amplios de cambio estructural de la sociedad dominante, dado que la comunicación no puede dissociarse de las relaciones sociales e ideológicas que establecen sus interlocutores.

Históricamente el término "alternativo" aplicado a la comunicación puede fijarse en Europa en el mayo francés de 1968, con toda la reacción estudiantil en contra del "informacionismo" oficial. En Estados Unidos el adjetivo se aplicó en la década de los sesenta al movimiento underground y contracultural.

Lo alternativo engloba una matriz constituida por distintas formas de relación comunicativa que tienen en común el hecho de operar como resistencia cultural, es decir, como mecanismo de sobre vivencia de modalidades tradicionales de intercambio simbólico y existencial, así como de freno, educación y reelaboración de patrones culturales y modalidades de reproducción económica generadoras de desintegración y economía como producto de las nuevas condiciones de existencia.

Le denominamos comunicación de resistencia para hacer alusión a una matriz con diversas manifestaciones, cuyo soporte fundamental estriba en la preservación de una relación humana no mediatizada por las intervenciones tecnológicas, heredada de la morfología racional participativa de las culturas amenazadas de extinción o generadora de respuestas novedosas que definen la existencia del grupo como tal.

Podemos tomar como referencia las formas de comunicación popular (no confundirlas con las prácticas disfusionistas de pequeña escala de intención, más "alternativa", tales como prensa, teatro, títeres, etc., generalmente concientizadores). surgidas en los grandes centros urbanos, especialmente en aquellos barrios obreros y marginales con rasgos precisos de identidad clasista o de solidaridad "especial", o en aquellos barrios resultantes de migración interna y externa, en muchos de los cuales, además de otros vínculos clasistas o espaciales, se dan otros lazos de carácter étnico y sociocultural.

Máximo Simpson explica que:

“Para hablar de comunicación alternativa suelen usarse expresiones diversas como comunicación popular, participativa, autónoma, autogestionaria, emancipadora, que enfatizan algún aspecto de lo que globalmente constituye un proceso complejo cuyo común denominador radica en el hecho de constituir en todos los casos una opción frente al discurso del poder en sus diversos niveles... mientras que en algunos casos se define la comunicación alternativa en oposición a los medios masivos, confiriéndole un carácter eminentemente artesanal y autogestionario; en otros, la expresión se refiere a todo fenómeno comunicacional que, independientemente de lo que se verifique por medios artesanales o industriales, implica una opción frente al discurso dominante”. *(2)

“...Mientras en la mayoría de los casos se visualiza a la comunicación alternativa como respuesta a la comunicación alternativa como respuesta a la comunicación de masas, en otras se señala que no siempre se trata de una acción tendiente a un cambio, de una respuesta a una situación de dominación ideológica y cultural, sino simplemente de la persistencia de formas comunicacionales de carácter generalmente participativo y preexistentes a la comunicación de masas por derivar de culturas en las que existían formas comunicativas de relación social”. *(3)

Tulio Hernández dice que asumimos el término comunicación alternativa por momentos tales como:

“La utopía, el proyecto político y la proposición teórica más globalizante que se enfrenta e intuye un modelo distinto para transformar a largo plazo (y por supuesto en concordancia con transformaciones generales de la sociedad) la estructura y el uso de los aparatos de difusión masiva y el modo dominante de producir y hacer circular el conocimiento, la información y las significaciones en general”. *(4)

La noción de comunicación alternativa como proyecto social de democracia comunicacional, desborda no sólo en el carácter macro de las políticas nacionales de comunicación (especialmente ligadas a los aparatos estatales y a los grandes medios de difusión) sino, también, la tendencia a concebir las prácticas de comunicación popular al margen de los procesos de masificación contemporánea.

En su libro “Discurso autoritario y comunicación alternativa”, Daniel Prieto Castillo dice:

“La comunicación alternativa a existido siempre, aunque los estudiosos se hayan dado cuenta recién en los últimos años”. *(5)

La comunicación alternativa aparece como un proyecto que se antepone a la comunicación oficial, ya que ésta última busca dar cuenta de todos los acontecimientos públicos emitidos por medios masivos de comunicación más costosos y sofisticados y así generar productos comunicativos que permitan al usuario elaborar sus propios datos, al respecto Martín Serrano comenta lo siguiente:

“la respuesta del sujeto a los acontecimientos no depende de la vía por la que llega la información sobre su implicación en lo que acontece”.*(6)

Por lo tanto, la comunicación alternativa nace y es producto de la práctica social, la cual determina y ratifica. Esta experiencia comunicativa no puede aislarse de la coyuntura existente, es decir, está inmersa dentro de la realidad cotidiana y ahí precisamente está su origen de necesidad.

Según Simpson Grinberg la comunicación alternativa:

“es participativa por definición ya que –surge- y se sostiene por su capacidad de expresar a ciertos sectores postergados y en consecuencia está estrechamente vinculada a ellos”.*(7)

Este tipo de comunicación presenta como protagonista a la sociedad civil. Con ello busca arrebatar a la clase dominante el poder de la información y hacer partícipe de este acontecimiento a las grandes mayorías que, por mucho tiempo, han sido el sujeto pasivo consumido por la información y la cultura oficial.

La comunicación alternativa tiene como propósito central aminorar esta violencia institucionalizada, José Ignacio Rey comenta:

“...cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone, como condición negativa, el rechazo fundamental de la estructura comunicativa vigente...”.*(8)

La comunicación emergente busca brindar las siguientes opciones:

- a) Que la sociedad civil pueda expresarse por sí misma a través de sus códigos y medios,
- b) Que la comunicación integre a emisor y receptor en una actividad compartida y dialógica.
- c) Que el pueblo (dominados y dominantes) tenga acceso a los medios tanto en calidad de emisor como de receptor.

En síntesis la comunicación alternativa tiene las siguientes características:

- 1.- Se propone poner los medios de comunicación en manos del pueblo y a su servicio.
- 2.- Es horizontal, bidireccional, participativa y propiciadora del diálogo.
- 3.- Exige que emisores y receptores vivan la misma realidad.
- 4.- Busca ser educativa y crear conciencia en los destinatarios.

5.- Por lo general su tecnología es sencilla, manejable y accesible para los usuarios.

6.- Propone el acceso de los sectores marginados de la sociedad a la emisión y la transmisión de contenidos encaminados al cambio. *(9)

1.1.1. Elementos de la comunicación alternativa

Los elementos que están siempre presentes en todo tipo de comunicación son: emisor, código, mensaje, medios y recursos, referente, marco de referencia, perceptor y formación social.

Emisor

Es todo ser o máquina que elabora un mensaje. Elaborar un mensaje es algo que pueden hacer un individuo o un grupo. El emisor es tanto un individuo como una empresa en la que muchos seres trabajan para producir un sólo mensaje.

Código

La elaboración del mensaje no puede ser arbitraria. En un proceso de comunicación la simple emisión de sonidos o imágenes no asegura que los mismos se convierten en mensaje. La condición fundamental es que tales emisiones respondan a reglas sociales de elaboración. Se llama así a las reglas que fijan la forma de estructurar un signo y la forma de estructurarlo con otros.

Mensaje

Es el elementos objetivo del proceso, lo que el emisor estructura y llega a los sentidos del perceptor, el cual, sólo se produce si responde a determinado código. Hay mensajes individuales y sociales respecto a su poder y alcance.

Un mensaje individual es aquel que no va más allá de los límites de un ser o que, no va más allá de su propio círculo de allegados. Por lo general es único, se conserva en todo caso en el recuerdo, en la memoria de quienes lo reciben.

Un mensaje social es el que incide en grandes cantidades de seres, los cuales lo comparten aun sin conocerse entre ellos. Es seriado.

En un proceso de comunicación humana, los mensajes fundamentales son los verbales (orales y escritos) y los audiovisuales en general (incluidos no sólo en imagen y sonidos, En un proceso de comunicación humana, los mensajes fundamentales son los verbales (sino también en el movimiento de los personajes en la imagen, con lo que entran acá mensajes de postura y de gesticulación.

Medio

Es el vehículo a través del cual se propaga un mensaje. La relación es siempre entre un emisor y un perceptor, ya que la comunicación es un fenómeno entre personas y no entre cosas (medios) o mensajes.

Perceptor

Es todo ser que entra en relación con un mensaje. El perceptor, en un máximo límite de abstracción es el punto terminal del proceso de comunicación.

Referente

Se llama así a la realidad que aparece dicha en el mensaje.

Marco de referencia

Es la comprensión general e inmediata de la realidad

1.1.2. Características

Algunos autores coinciden en señalar que la comunicación alternativa es indudablemente aquella que se sitúa por encima de la tajante división entre emisor y receptor en una sociedad donde predominan los medios masivos de comunicación al servicio del sistema dominante.

En una sociedad capitalista la clase en el poder además de organizar la transmisión de los mensajes impone su propio concepto de comunicación, ésta se caracteriza básicamente por mantener:

- a) Producción industrial de mensajes.
- b) Flujos de comunicación verticales y unidireccionales.

c) Mensajes destinados a mantener la ideología del status quo.

En este tipo de comunicación el receptor recibe la imagen de una cultura elitista, restringida y unívoca producto del conjunto de estereotipos y mitos segregados por quienes detentan el poder y donde las clases dominadas no tienen oportunidad de elegir.

Ante tal situación marcada por el autoritarismo, surgen constantes inquietudes por buscar nuevas formas de comunicación que desmitifiquen los valores de las elites y se encaminen al descubrimiento de los verdaderos valores que se encuentran implícitos en la práctica social de los oprimidos del pueblo estos valores se manifiestan en la participación popular en el proceso de cambios.

1.1.3. El medio alternativo

"Llegamos cuando ya era imposible
seleccionar nuestro infierno".

Arenas Reynaldo.

Debemos entender que lo alternativo no radica en los medios sino en sus mensajes, sin embargo algunos autores no lo consideran así y nos ofrecen diversas concepciones como las siguientes:

Según Simpson Grinberg:

"Es alternativo todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detectan el poder político, económico y cultural en las distintas situaciones posibles desde el sistema de partido único economía estatizada (Cuba) hasta los regímenes capitalistas de democracia parlamentaria y las dictaduras militares implica una opción contra el discurso dominante". **(10)*

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, cuya función básica es reforzar y mantener los intereses de la clase en el poder a través de la manipulación de la información y el adoctrinamiento ideológico, el medio alternativo de comunicación se caracteriza por tener como principal objetivo: la concientización y movilización de su audiencia.

"El medio alternativo está comprometido e inmerso en un contexto socio-político preciso y es adentro de esta realidad donde se configura en instrumento para hacer avanzar las conciencias más allá de la base social ya que pretende preparar a la población para la recepción positiva y activa de los cambios estructurales" **(11)*

Este tipo de medios será considerado como aquellas herramientas o mecanismos de fácil diseño, elaboración, producción, costo y manejo que además son capaces de propiciar una actividad comunicativa de participación, puesto que consideran a la comunicación como un proceso de doble sentido, una dinámica en la que los involucrados son emisores y receptores a la vez.

Fernando Reyes Matta considera que son alternativos:

“...los medios o sistemas de comunicación que incorporan nuevos actores, nuevas voces al diálogo colectivo (o polílogo) que ocurre en la sociedad que tiende a hacer más compleja, pluralista y democrática...”. **(12)*

En la relación medio-pueblo el medio alternativo deja de ser una masa anónima para convertirse en un verdadero protagonista del cambio social con voz propia capaz de producir sus propios mensajes.

1.1.4. Tipos de medios alternativos

En América Latina se han presentado diversas experiencias con relación a estos medios. Máximo Simpson en su libro titulado “Comunicación alternativa y cambio Social” clasificó los medios informativos en tres grupos: artesanales, modernos y culturales.

a) Artesanales. Son elaborados con recursos sencillos y de fácil adquisición, su producción y manejo requieren de mínima inversión. Dentro de ellos se puede mencionar al mimeógrafo manual, el periódico mural, la serigrafía, etc.

Este tipo de instrumentos se utilizan en comunidades no muy grandes para impulsar planes, ideas, experiencias y aspiraciones, asimismo se pretende animar a la acción social, así como impulsar programas de recreación.

b) Modernos. Para su diseño y producción requieren elementos técnicos más o menos desarrollados pero cuyo costo no es muy alto. Aquí quedan contemplados principalmente el foro-cassette, la prensa popular y otros agentes dinámicos que operan en el interior de las comunidades y de sectores populares, utilizan por lo general este tipo de medios ya sea para producir un audiovisual, boletines, promoción, programas educativos, etc.

c) Culturales. Más que elementos materiales, estos requieren para su producción una gran creatividad y un vagaje cultural propio de la comunidad; el teatro popular, la danza y los títeres.

Estos medios denominados alternativos:

“...privilegian la animación cultural, la creatividad y -sobre todo- la participación social, además son usados y aceptados cuando se dan en grupos humanos con modos de vida y problemas comunes y con capacidad de expresar la realidad que les preocupa, buscar correctivos y soluciones a sus problemas...”. *Muñoz Jairo. *(13)*

1.1.5. Funciones de la comunicación alternativa

La comunicación alternativa se representa de diversas maneras, algunos grupos sociales la emplean como medio contra la represión y la marginación, otros como medio de expresión informativo de contenidos variados o bien como vías de evasión, aceptación o reconocimiento que se vive.

Las formas políticas dependen de las instancias económico-políticas de una sociedad. Un proceso alternativo de comunicación, sólo se produce en un proceso social alternativo; tal comunicación resulta diferente en tres momentos esenciales: elaboración, difusión y lectura.

- a) Elaboración se orienta hacia la comprensión de situaciones sociales concretas, para ampliar la conciencia, sin fragmentarla ni oscurecerla. Mensajes no en función del impacto, sino de la realidad. Esta puede estar, o no, en manos de especialistas.

Respecto a los mensajes se considera que a mayor participación, a mayor democratización en un proceso alternativo corresponde un paulatino abandono de las formas retóricas vigentes, de las frases hechas, de los lugares comunes destinados a provocar impactos. En la adscripción a un proceso social distinto, porque es en él donde se pone en juego lo alternativo.

En procesos alternativos participativos los propios interesados hacen los mensajes. Hay una elaboración espontánea según las necesidades, que se va perfeccionando a medida que aumentan la organización de los participantes y la experiencia en la confrontación con la propia realidad. El puro espontaneísmo en proceso de creciente complejidad no es un ideal que haya que sostener.

- b) Difusión todo sistema es válido. No hay medios “malos”, estructuralmente descartables, importa lo que a través de ellos circula, al servicio de quién están.

El uso de los medios más sofisticados depende directamente del lugar que ocupen en una determinada formación social los procesos alternativos. A mayor espacio ganado por estos, más acceso a los medios, o mayor generación de sistemas de difusión propios.

Cuando tales procesos se restringen, por manipulación o por represión, los mecanismos alternativos tienen un menor radio de acción: volantes, mantas, muros, periódicos, o formas casi totalmente artesanales.

- c) Lectura alternativa significa tener acceso a mensajes que ofrezcan lo que realmente interesa para orientar la conciencia y la acción. No quedar en manos de una sola oferta, la de productos de los procesos autoritarios. Pero la conciencia no avanza en bloque. Esta puede continuar bajo la influencia de los mensajes dominantes en el entretenimiento, en la difusión de estereotipos masculinos y femeninos, en la evaluación positiva de quienes no lo merecen. La conciencia avanza acá, se queda allá.

La lectura alternativa depende del proceso en que se está inmerso. Es producto de un largo, y a menudo penoso aprendizaje. No son las lecturas quienes producen cambios en las relaciones sociales. Son los cambios en las relaciones sociales, quienes permiten lecturas alternativas. Lo alternativo es parte de nuestra sociedad. **(14)*

Las formas de comunicación popular o alternativas (no debe confundirse con las prácticas difusionistas de pequeña escala de intención más “alternativa”, tales como prensa, teatro, títeres, etc., generalmente “concientizadores”) surgidas en los grandes centros urbanos, especialmente en aquellos barrios obreros y marginales son rasgos precisos de identidad clasista o de solidaridad “especial”, o en aquellos barrios resultantes de migración interna externa, en muchos de los cuales, además de otros vínculos clasistas o espaciales, se dan otros lazos de carácter étnico y sociocultural.

Entre las distintas formas de expresión popular encontramos diversos productos culturales como la pinta, el graffiti y la manifestación.

Los rasgos de algunos productos culturales suelen ser interesantes y mal logrados, son relatos que pasan por diversas generaciones, orales e icónicos y tienen un anclaje real. Observemos los comentarios de algunos graffiteros:

“No es importante la belleza sino la representatividad socio-cultural que tiene que ver con mi memoria histórica”.

*Martín Barbero *(15)*

“Se va a enfocar a distintos espacios como es la calle, la plaza o el barrio”.

*Mijaíl Bajtin *(16)*

“El graffiti es otra manera de expresar otro tipo de comunicación”

*Daniel Prieto Castillo *(17)*

1.2. Graffiti: Un medio de comunicación alternativa

“El concepto es la batalla,
su campo la ciudad,
las paredes su expresión”.

Anónimo

Los graffiti han tenido un gran impacto en muchas zonas marginadas, las cuales padecen con mayor fuerza las problemáticas sociales. Se reflejan en ellos, las situaciones que afectan a la población de estas zonas.

Los habitantes de estos lugares no pintan para protestar porque son la protesta misma, consideran el muro como el lugar donde se plasma su desventura y la anarquía existencial.

La pared es en las zonas marginadas, el órgano formativo que proclama las distintas demandas:

“Temblamos de frío y de odio pero estamos juntos y somos los mismos que todos temen. No queremos a nadie ni a nosotros, nos duele la vida de otros y la nuestra, mejor morir pronto”.

*León Fabrizio *(18)*

Las bardas en estas zonas se usan como los espacios contestatarios a la sociedad. Solo o acompañado, el autor de graffiti se hace notar, pues si su voz no se escucha quizá la de las paredes sí. Seres marginados con la capacidad suficiente para crear otra vía alternativa de comunicación al alcance de sus recursos económicos.

1.2.1. Los marginados

“La cultura marginal,
se refiere a los grupos
sociales marginados,
tanto urbanos como rurales,
implica un arte de respuesta
a esa marginalidad”.

Iturriaga de la Fuente José.

Inmersa en un mundo globalizado en el que la colectividad y la autogestión están cada vez más lejanas, la llamada cultura marginal aún cuenta con algunos protagonistas, cuya voz da cuenta de su existencia. “El graffiti no es un sueño, es una realidad”.

El graffiti es una voz alternativa, que funge en la cultura popular también considerada como contracultura, cultura alternativa, independiente, antiautoritaria y revolucionaria. Tal alternatividad se encuentra en el contenido de sus mensajes como lo indica Máximo Simpson:

“El medio no es en sí lo alternativo, sino el instrumento de una opción promovida por un grupo de personas o por un sector social”. *(19)

La cultura marginal está formada por un bloque de colectivos y organizaciones que pretenden oponerse a la cultura oficial, aunque, paradójicamente la mayoría necesita del financiamiento del Estado.

Marginal, en el sentido de estar fuera de todo orden social, no se puede ser. Alberto Híjar, coordinador del Taller de Arte e Ideología (TAI), dijo:

“Hay quienes nos resistimos a autodenominarnos marginales, porque nos negamos a estar al margen de la formación social, y por ello preferimos cualquier otro calificativo, como cultura de la resistencia o cultura popular o, mejor aún, cultura popular revolucionaria. Esto quiere decir que no sostenemos la posición anarquista ingenua de suponernos fuera del Estado o al margen de él, sino más bien en lucha contra las políticas culturales del Estado”. *(20)

Hoy en día los marginados reclaman la obtención de sus propios tiempos y espacios, proponen el tiempo de la patria, es decir, una historificación constante en beneficio de los movimientos populares, de su memoria y de sus proyectos futuros. Consideran que deben activarse espacios que el

Estado o los partidos políticos no consideran dignos de la actividad cultural, tales como las librerías o casas convertidas en bibliotecas, el uso de las paredes como medio de comunicación, etc.

Pero, ¿qué se entiende por marginal?

Al respecto Alberto Híjar comentó:

“Yo creo que no es posible la marginalidad. Es esta una discusión que data de fines de los sesenta, lo cual ha hecho ver que la aparente marginalidad es una necesidad económica-política de los estados capitalistas, que tiene que ver con lo que Marx llamaba el ejército industrial de reserva. De modo que el tener desocupados y que haya ciudades perdidas, no significa que existan grupos que estén fuera o al margen del sistema, son parte de él e incluso están a su servicio”. *(21)

“...Muchos estimamos que la marginalidad existe únicamente como ideología. Todos esos grupos, sobre todos los urbanos que asumen lo “punk”, o los clasemedios disfrazados de neoyorkinos, se asumen como marginales con ese sentido anarquista ingenuo de “no creo en nada”, ni en el Estado, ni en partidos políticos; pero a fin de cuentas su marginalidad termina cuando aceptan que la delegación tal o un partido en el poder les de un muro...”. *(22)

Por lo anterior se considera que el pretender vivir al margen resulta casi totalmente imposible, sin embargo, no puede negarse la existencia de los medios alternativos utilizados por diversos grupos sociales, asimismo tampoco debe resultar tajante tal situación, pues varios autores del “arte” en aerosol aceptan los espacios otorgados por las “autoridades”.

En esta investigación compete única y exclusivamente hablar del graffiti como voz alternativa en las calles de la ciudad de México y no como un simple espacio utilizado burdamente por muchos jóvenes -en su mayoría- que no son precisamente pachucos, cholos, punks, especialistas en arte y diseño, etc. o descendientes de los mismos, estos, son muchachos comunes y corrientes con inquietudes o situaciones que les afecta directa o indirectamente a sí mismos y a su entorno y que además son sobajados o reprimidos por determinados miembros de ciertos grupos sociales que van desde su propia familia hasta las máximas autoridades, por lo tanto, buscan la manera de hacerse escuchar creando diversos medios alternativos como el graffiti, voz alternativa callejera.

1.2.2. Del espacio urbano

“Si la ciudad es continua metáfora
de las combinaciones del Estado y del capital,
en sus cambios se advierten las mutaciones y
concesiones del poder, su idea y
su aprovechamiento de lo popular.
Espacio urbano: dominio de la presunción capitalista,
del automóvil, de la búsqueda de
usos soportables del “tiempo libre”.

Monsiváis, Carlos.

Anteriormente al hablar de comunicación alternativa se hizo referencia al uso de termino como correspondiente a lo popular o a lo urbano, es decir, a todo aquello perteneciente a los “marginados”, a los oprimidos, a los excluidos dentro de la sociedad, imperando sólo el poderoso, hombres de honor y reconocimiento, autoritarios y manipuladores.

Monsiváis comenta:

“... lo popular es aquello que no puede evitar serlo, lo que se constituye por exclusión y bajo opresión, y se va configurando como cultura gracias a la sedimentación de tradiciones, las relaciones subordinadas con la iglesia y la autoridad, y la copia directa o indirecta de las clases dominantes”. “... en la época contemporánea, la elaboración del nacionalismo como clave de la vida cotidiana, la conversión del sentido histórico en ubicación sentimental, la negociación de las imposiciones del Estado, de la vida laboral y de la represión sexual, y la transformación continua de los mensajes de la industria cultural”. *(23)

Podría reconstruirse la realidad de manera objetiva y no fragmentada, es decir, una época que nos atañe a todos, pues si cada quien relatará la crónica de su vida dentro y fuera del hogar, en el trabajo, en las diversas instituciones, en los medios de transporte y por qué no en las calles quizá seríamos capaces de comprender esa incesante búsqueda de espacios de expresión propios y trascendentales sin tantas restricciones y condiciones.

En México independiente, lo popular urbano sabe de incontables metamorfosis: desaparece la influencia indígena o se vuelve incitación turística, se conforma un “estilo nacional” que celebra la vida en las barriadas y lo comercializa para mitificarlo, se expulsa al pueblo de la calle y lo público sustituye a lo popular, se vigila y reprime la vitalidad de la “grey astrosa”, además por su mero impulso demográfico, se le deja invadir la ciudad capital, a la que tanto los voceros de la derecha como el mero sentido de observación condenan a un desastre inimaginable.

Acorralado, sitiado, carente de proposiciones visiblemente articuladas, lo popular intenta sobrevivir y constituirse divertidamente en un ámbito donde la irracionalidad está medida detalladamente por la voracidad capitalista.

Una lucha incesante contra las versiones disponibles del Estado y del capital se vive cotidianamente dentro del país, un territorio donde se restringe a la mayoría de los servicios públicos, así como a la libertad de expresión y se marca además, una incontrolable despersonalización, siendo así “envilecidas y envilecedoras” las relaciones humanas.

Carlos Monsiváis añade:

“...lo popular deviene cultura urbana que, grosso modo, es, entre nosotros, el espacio generado por los modos operativos de la ciudad capitalista y las respuestas a tal sujeción; el resultado ideológico (la conciencia, falsa o verdadera) que proviene del choque entre la industrialización y las tradiciones, entre el poder el Estado y la insignificancia de los individuos, entre los derechos civiles y las dificultades para ejercerlos, entre la modernización social y la capacidad individual para adecuarse a la oferta (las apetencias) y la demanda (las carencias).

Esta cultura emerge al convertirse la sociedad tradicional en sociedad de masas y es hecha y rehecha profundamente por las aportaciones tecnológicas del capitalismo: la imprenta, el grabado, la fotografía, las rotativas, el fonógrafo, el cine, la radio, la televisión, los satélites...". *(24)

Por lo tanto, la cultura urbana arrastra consigo:

- a) El sometimiento y la reducción psicológica de las clases populares.
- b) La relación incierta con el Estado (considerando por lo común una entidad ajena, con la que no se contraen compromisos de solidaridad y al que se hace representar en primer término por la policía).
- c) La función primordial de la tecnología, a la que, según las nuevas creencias populares, se le adjudica el papel de educación última e irrefutable.
- d) Sensaciones de impotencia o insignificancia que traducen una experiencia histórica y/o personal al idioma de la fatalidad.
- e) Persistencia de elementos de la cultura campesina que, así se modifiquen considerablemente de una generación a otra, permanecen de modo notorio. Tradiciones regionales y locales, sentido del tiempo, sentido de la fiesta, etc.
- f) Visiones lineales del orden y el progreso.
- g) Mantenimiento del aparato popular de transmisión del saber, arrinconado y a la defensiva.
- h) Actualización del machismo y de la represión sexual. La carga ferozmente machista de lo popular se modifica bastante, gracias a una conjunción de circunstancias: la democratización forzada inevitable en las grandes ciudades, la necesidad de modernización de la industria cultural, la "feminización de la economía", la disminución del crédito público y el control de la iglesia.
- i) Hegemonía de los medios masivos de difusión que convierten, incluso, en espectáculo el caos del crecimiento capitalista y que deciden el sentido del tiempo libre
- j) Función jerárquica y autoritaria del conocimiento que se inicia en el culto de la escolaridad, del triunfo en la escuela como requisito definitivo del triunfo en la vida.
- k) Uso político de la religión y de la publicidad como visión final del mundo.

- l) Desaparición del antiguo nacionalismo que permanece como reflejo condicionado del comercialismo.
- m) Obediencia interiorizada ante la autoridad y sus excesos.
- n) Creencia no verbalizada pero intensa, en el subdesarrollo como estación terminal, no una etapa sino una condición irrenunciable. *(25)

1.2.3. El Graffiti (Expresión urbana)

“Miles de leyendas, avisos, diseños y todo un variado tipo de inscripciones que se encuentran en esta ciudad y en otras, pero ninguna tan singular como el que utilizan los cholos”. *(26)

La comunicación alternativa es un fenómeno que data de la época antigua y que hoy en día los “marginados” utilizan como respuesta a esa supuesta marginalidad y represión ejercida por la “ multifacética mano opresora” denominada “autoridad”. El graffiti es la voz alternativa, no reciente ni novedosa que recorre sin rumbo fijo la ciudad de México; es una expresión, a la cual se le ha dado continuidad a través de la historia del tiempo y que ha llegado hasta nuestros días a través de diversos grupos sociales (el hombre primitivo, los griegos, los hebreos, los egipcios, los aztecas entre otros. “Recientemente” lo han retomado los pachucos, los cholos, los punks, etc. hoy en día los llamados “crews”.

Es necesario aclarar que en México, esta expresión verbo-icónica con una evidente carga ideológica social, política y cultural, adquiere un auge mayor desde los años ochenta debido al cholismo. (es una prolongación del fenómeno de los pachucos).

“Es sintomático que el cholismo haya surgido durante un periodo de disturbios raciales en contra de los chicanos; la represión al Moratorium Nacional Chicano, a la celebración del 16 de septiembre de 1970, la violencia era de la policía en las manifestaciones políticas del 9 al 31 de enero de 1971, en este clima social surge el cholo con su conducta contestataria al establishment (establecimiento), de la identidad y autoafirmación de la raza, de la etnia, de la cultura ancestral, y de ahí el uso de la imagen de la Virgen de Guadalupe, los colores de la bandera nacional ...”. *(27)

Este un fenómeno que tiene su historia desde los pachucos, chicanos, éste aparece en los Angeles California a mediados de la década de los cincuenta y principios de los sesenta. Sin embargo, los jóvenes cholos han asumido una forma de manifestarse, de

expresar sus inquietudes; pintando generalmente murales referidos a su barrio, “ranflas” (carros), aspectos religiosos o simplemente resaltar su nombre o el de su “clica” (banda), etc., a este fenómeno muchos le denominan “Graffiti o pintas”.

La falta de una innovación en el arte genera los graffiti, lo usan los grupos marginales y los chicanos suelen llamarle placa, utilizan símbolos principalmente referentes a la Virgen y símbolos nacionales, además se delimitan los espacios para hacerlo de forma interna, sus códigos más que mensaje son imágenes. Son más concretos.

El graffiti es una de las formas más auténticas y libres de manifestar y expresar de manera escrita o dibujada mensajes sin censura alguna. Su vocación: la persuasión.

Tratándose de manifestaciones complejas, los graffiti se pueden calificar, por su importancia, como un medio alternativo o inmediato de comunicación social, popular y cultural, las pintas callejeras no corresponden a un fenómeno actual, o al menos de nuestro siglo; puesto que tenemos presente que los llamados hombres primitivos solían grabar sobre los muros de las cuevas y en la superficie de las rocas para poderse comunicar; prueba de esto son los descubrimientos y hallazgos que se han realizado a través de diversas investigaciones, lo cual a este acto comunicación se le denomina como petroglifos

Entre los momentos históricos relevantes referentes al graffiti como medio de comunicación alternativas están:

- a) 1968. Se le comienza a considerar como un medio o modo expresivo. Se trata de expresiones regionales.
- b) 1970. Boom de Nueva York, donde se va a presentar este movimiento artístico-político.
- c) 1994. Se estaba viviendo su potencialidad en América Latina, por ser un modo singular de expresión.

Este tipo de comunicación alternativa llega a México por Sinaloa, donde se empezaron a ver bardas y fachadas con pinturas parecidas a los murales y otras con ciertos signos “parecidos al alfabeto griego o a algún oriental en especie de pintas indescifrables” que sólo cierto grupo podría comprender, a la fecha no todos los graffiti están dedicados al público en general.

Poco a poco empezó a expandirse este fenómeno a las ciudades fronterizas de Tijuana, Mexicali, de ahí el movimiento se va a Sonora y ahora lo vemos en la propia ciudad de México. Estos grupos se identifican en su forma de vestir, la expresión gráfica y el lenguaje que utilizan.

En el Distrito Federal el género de pintas indescifrables aparecen en las calles, sanitarios públicos y, en escuelas mucha gente no les hace caso a este tipo de signos porque no pueden leerlo ni comprenderlo, porque este tipo de inscripciones van dirigidas a aquellas que las pueden entender y esa grafía tan singular, pero, ¿quién no ha hecho un graffiti...?.

Las creaciones de los graffiteros surgen como respuesta al asentamiento desordenado de las urbes modernas, un movimiento de pretensiones e implicaciones artísticas en protesta a los esquemas de poder, de imposición; es pues de resistencia al autoritarismo, expresión libre de una comunidad formada en su mayoría por jóvenes perdidos en el anonimato. Es pues urbano, un mapa de nuestra cotidianidad, una forma de comunicación urbana formada por representaciones colectivas de cómo los habitantes de la ciudad segmentan y se apropian de los espacios.

El graffiti es una acción comunicativa, que no sólo involucra una escritura, sino una forma determinada de acción y como todo producto comunicativo está predeterminado por sus condiciones sociales de producción. Es allí donde encontramos: marginalidad, anonimato y espontaneidad como algunos de sus rasgos distintivos. El graffiti no es rayar las paredes por el simple deseo de no tener nada que hacer o quizá por algún momento de ocio. La comunicación graffiti, expresa en sus condiciones productivas, una intención del emisor, al escoger el lugar, aprovechar los accidentes del muro, de la piedra o del árbol, en todo esto hay implícita una pretensión estética aunada a una búsqueda de la atención del observador. La producción del mensaje también atiende a condiciones económicas dependerá de las características de los instrumentos con los que se plasme.

La efímera vida del graffiti, es ajena al sistema en tanto depende de las contingencias a las que materia expresiva y mensaje quedan sujetos. La condición graffiti es dinámica, tiene como centro el acontecer histórico del cual es una representación coyuntural que se hace, se deshace y se rehace a ritmo de las condiciones y cambios políticos y sociales.

Si se privilegian las precondiciones productivas del graffismo se estaría insistiendo en que: cierto tipo de formas comunicativas emergentes con una fuerte carga psicológica e ideológica están afectando-modificando la convivencia social de las urbes.

La expresión no existe si no es materializada en algún lugar y en alguna forma. Cuando privan principalmente las consideraciones de orden estético, diríamos que el graffiti deviene en arte y pierde su sentido original. La tendencia en nuestras ciudades latinoamericanas en general, no ha sido como en otros países, la de meter al graffiti a las galerías de arte, sino a la inversa, sacar el arte de las galerías a las calles.

“Otra forma expresiva del graffiti se refiere a la recuperación ideológica de algunos de estos tipos de expresiones, es el proceso de resemantización y apropiación que la cultura popular hace de los productos ‘propuestos por la cultura de masas: hemos visto íconos que correspondiendo al diseño original de marca presentan la leyenda “Coca Cola” o bien el anuncio “todo es más sabroso con Sexi”, los anticomerciales o el contracartel que son una forma de graffiti que aprovechando la existencia de productos y carteles del sistema publicitario y social, por medio de pegas, o cambios en las leyendas, subvierten radicalmente el sentido original de este”. *(28)

1.2.4. El proceso comunicativo

Cuando la mirada de un receptor se detiene en el graffiti. Los componentes de este proceso son: lo exhibido, el contexto, el encuadre y la mirada colectiva. Lo exhibido es aquello inquietante o siniestro, obsceno y prohibido, restringido a la visión pública y el valor de exhibir lo prohibido es la seducción de lo prohibido:

“Es ver lo obsceno que está puesto ahí para que lo miren”. *(29)

El graffiti contiene múltiples mensajes alternativos que surgen como una demanda de ciertos grupos de la sociedad cuya finalidad es ser escuchados y comprendidos por los receptores, de quienes ya han obtenido algunas respuestas.

Citas de pie de página (libros, periódicos y tesis)

- * (1) Prieto Castillo, Daniel. *Discurso autoritario y Comunicación alternativa*. Ed. Premia. México, D.F. 1991. Pág 13.
- * (2) Simpson Grinberg, Máximo. *Comunicación alternativa: dimensiones, límites posibilidades*. Ed. Premia Red de Jonás. México, D.F., 1989. Pág. 142.
- * (3) Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamerica*. Ed. G. Gili, S.A. 1987. Págs. 68-69.
- * (4) Ocaña Hernández, Sara. *Gritos de urbanidad (el graffiti en nuestra ciudad)*. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, Edo.Méx., 1993, Pág. 9.
- * (5) Prieto Castillo, Daniel. *Discurso autoritario y Comunicación alternativa*. Ed. Premia. México, D.F. 1991. Pág 7.
- * (6) Ocaña Hernández, Sara. Op. cit. Pág. 25.
- * (7) Simpson Grinberg, Máximo. Op. cit. Págs. 14-20.
- * (8) Ocaña Hernández, Sara. Op. cit. Pág. 25.
- * (9) *Ibidem*
- * (10) Simpson Grinberg, Máximo. Op. cit. Págs. 20-74.
- * (11) Roszak, Theodore. *El nacimiento de una contracultura*. Ed. Kairós. Barcelona, España. 1970. Pág.85.
- * (12) Ocaña Hernández Sara. Op. cit. Pág. 11.
- * (13) *Ibidem*
- * (14) Prieto Castillo, Daniel. Op. cit. Págs. 9-13.

- * (15) Martin Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, hegemonía cultura y hegemonía.* Ed. Gustavo Gili, S.A. Barcelona. España, 1987. Págs. 60-92.
- * (16) Ocaña Hernández, Sara. Op. cit. Pág. 19.
- * (17) Ocaña Hernández, Sara. Op. Cit. Pág. 22.
- * (18) *Ibíd* Pág. 31.
- * (19) Simpson Grinberg, Máximo. Op. Cit. Págs. 74-140.
- * (20) Fernández Chapou, Maricarmen. "Colectividad autogestión, ideales de cultura marginal". *El Financiero*, México. D.F., Pág. 56.
- * (21) *Ibíd*em
- * (22) Seminario del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Op. cit. Pág. 107.
- * (23) *Ibíd*em. Pág. 111.
- * (24) *Ibíd*. Pág. 112.
- * (25) Ocaña Hernández, Sara. Op. Cit. Pág. 42.
- * (26) *Ibíd*em
- * (27) Pérez Cruz, Emiliano. *Noticias de los chavos banda.* Ed. Trillas. México, D.F. 1993. Pág. 23.
- * (28) López Romero, Guadalupe, *Tomad el muro por asalto (algo sobre pintas políticas y graffiti de bandas).* Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán. 1995. Edo. Méx. Pág. 111.
- * (29) Prieto Castillo, Daniel. Op. Cit. Pág. 11.

GRAFFITY

TRAFIC

TODS

GRAPAZ

DAOS

GRAPAZO

VOMIADO

GRAFFITY

Best iML

GRAFFITY

74DIMENSIONAL

CAPÍTULO 2

2. APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DE GRAFFITI

"Los muros y las paredes
son la epidermis de la ciudad
el graffiti su tatuaje".

Avila, Xavier.

2.1. Panorama histórico

El graffiti aparece en diversos periodos de la historia, donde se señala su importancia y evolución en algunos países del mundo como Alemania, España, Estados Unidos, Francia y México entre otros. El hombre posee el maravilloso don del lenguaje, un tanto complicado, con el cual expresa sus ideas y transmite conocimientos de generación en generación. Se ayuda con herramientas e inventa mecanismos para que sus mensajes recorran grandes distancias o para que la sabiduría de un grupo se conserve a través de los años y no se pierda o se olvide.

Los primeros mensajes quizá sean las pinturas rupestres de hace 30 mil años. El hombre de la Edad de Piedra pintaba las figuras de los animales que cazaba. Este tipo de pinturas se ha hallado en los oscuros pasadizos de las cavernas de España y Francia, por ejemplo. Estas pinturas se deben haber hecho a la luz de antorchas o de fogatas. Quizá eran intentos de hacer magia para asegurar una buena caza o para aumentar las provisiones alimenticias.

Probablemente fueron pintadas con varas quemadas y los colores que se obtuvieron al mezclar diferentes tipos de arcillas con agua. Estas figuras de animales son mensajes que conquistaron el tiempo.

2.1.1. El graffiti en la prehistoria

"Desde hace miles de años,
el hombre ha tenido la necesidad de
representar y expresar en los muros,
su forma de vida como expresión

artística. Desde el paleolítico en las cuevas de Altamira, así como en expresiones de milenarias como la indú, la china, la egipcia y, en México en Teotihuacán y Bonampak”.

Avila, Xavier.

A. Etapa paleolítica.

Se inició desde el periodo salutrense (tercer periodo de la etapa paleolítica superior, cuando aparece el Homo Sapiens hacia el año 30 mil a. C., desarrollado principalmente al norte de España y sur de Francia), sin embargo, las pinturas paleolíticas más importantes pertenecen al Magdaleniense (cuarto subperiodo de la etapa paleolítica superior que debió de aparecer hacia el año 15 mil a.C.), son pinturas policromas, el material era sacado de tierras colorantes mezcladas con grasa animal o jugo vegetal y eran aplicados sobre la superficie de la roca con los dedos o con pelos (formándose así la primera brocha o pincel) o impulsando la pintura desde la boca a través de un hueso hueco o caña, a esta última técnica se le llama esfumado.

El artista aprovechaba también el saliente de la roca para así poderle dar volumen a la figura; primero dibujaba el contorno o esbozo y posteriormente aplicaba el color, sean, el rojo, el violáceo, el ocre, el blanco y el negro entre los más usados.

De todo el magdaleniense fue la zona Franco-Cantábrica la de mayor calidad. Las cuevas donde se encuentran estas pinturas nos dan por los animales ahí pintados una idea de la fauna de la región; son animales aislados, quiere decir que no forman escenas de caza, sino que cada uno fue pintado para una ocasión determinada. Los colores no son planos en su totalidad, sino que el artista buscó la gradación entre las luces y las sombras, es decir, el claroscuro; aunque estén de perfil la mayoría tienen realismo y naturalismo no sólo por la anatomía sino también por las actitudes psicológicas que se captan como son, el miedo, la angustia, la sorpresa, etc.

En Francia hay varias cuevas magníficas, con las figuras de las pinturas de Lascaux donde aparecen animales que miden hasta cinco metros de largo, como los célebres toros, hasta figuras de caballos o ciervos del tamaño natural. Famosa es también la cueva de Font de Gaume que dentro del arte rupestre fue la pionera al iniciarse este siglo.

En la caverna de Niaux los bisontes aparecen atravesados por las flechas en estas imágenes dominan los colores rojos y negros. En 1879 Don Marcelino Santuola descubrió la cueva de Altamira localizada en Santillana del Mar, Santander, por la conservación de sus pinturas y por la calidad del color se le ha llamado y con razón Capilla Sixtina de la prehistoria. Notables son también en esta misma provincia española las cuevas de Las Chimeneas, La Pasiega y Covalanas y últimamente en la provincia de Guadalajara fuera del núcleo cantábrico se encontró la llamada cueva de La Pileta.

Un dato curioso es que el hombre casi no aparece en la pintura del paleolítico exceptuando algún caso aislado como el de la cueva de Trois-Terres, Francia, éste tenía que evitar el poder ser hechizado por la magia, mientras que los animales fueron en realidad pintados para que el mago o brujo los conminara a dejarse cazar, por lo tanto, el objeto de la pintura prehistórica es: el conjuro.

B. Etapa mesolítica

Es el periodo intermedio de la edad de piedra entre el paleolítico y el neolítico, debió de aparecer en el año 9 mil a. C. es también llamado epipaleolítico. Lo más interesante de esta gran etapa es el desarrollo del arte rupestre del levante español llamado antiguamente capsciense, ahora, epigravetiense.

Este arte tiende hacia lo esquemático y lo abstracto, rara vez se observan figuras realistas, pues todas tienden a lo estilizado, en ellas hay gran movimiento, forman escenas de conjunto e incluso se intenta la composición.

Estas obras artísticas han sido halladas en los llamados abrigos, es decir, cuevas de poca profundidad, tales como las pinturas de Cogol, El Polvorín, La Gasulla, La Remigia, Doña Clotilde, etc., también existen pinturas de gran belleza en las montañas del Atlas, Africa y en la islas de Sicilia.

2.1.2. La evolución histórica del graffiti después de la prehistoria

Se habla de artistas y escritores que abren el territorio de la pintura o el texto para que su lenguaje migre y se cruce con otros. Pero hay géneros constitucionalmente híbridos como el graffiti. Es una práctica que desde su nacimiento se desentendió del concepto de colección patrimonial. Lugares e intersección entre lo visual y lo literario, lo culto y lo popular, acercan lo artesanal a la producción industrial y la circulación masiva.

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

En el siglo XX, los graffiti aparecieron con más fuerza a finales de los años setenta en Francia, Estados Unidos y México. Los movimientos estudiantiles motivaron su aparición.

“El graffiti es para los *cholos* de la frontera, los chavos banda de la ciudad de México, para grupos equivalentes de Buenos Aires o Caracas, un escritura territorial de la ciudad, destinada a afirmar la presencia y hasta la posesión sobre un barrio” *(1)

El graffiti afirma el territorio pero desestructura las colecciones de bienes materiales y simbólicos. La relación de propiedad con territorios se relativiza en prácticas recientes que parecen expresar la desarticulación de las ciudades y de la cultura política. Armando Silva registra tres etapas principales en la evolución del graffiti, que asocia las tres ciudades:

- a) Mayo de 1968 en París, (también en Berlín, Roma México, Berkeley), se hizo con consignas antiautoritarias, utópicas y con fines macropolíticos.
- b) El graffiti en Nueva York, escrito en barrios marginales y en el metro, expresó referencias de guetto con propósitos micropolíticos, incomprensible a veces para los que no manejaban ese código hermético, fue el que más típicamente quiso delimitar espacios en una ciudad en desintegración y recuperar territorios.

En América Latina existieron ambas modalidades, pero en los últimos años, como manifestación simultánea del desorden urbano, la pérdida de credibilidad en las instituciones políticas y el desencanto utópico, se desarrolla un graffiti burlón y cínico.

- c) En Colombia cuando la visita del Papa en 1986 agobió las calles bogotanas con procesiones y propaganda, los muros respondían: “Pronto viene Cristo Jesús. Vámonos”, “Dios no cumple Ni años”. La crítica al gobierno adopta el insulto abierto, la ironía poética. “Cedo nube en sector presidencial”-, o la desesperanza: “No le crea a nadie. Salga a caminar”.

Algunos artistas ven en las fusiones interculturales e intertemporales del postmodernismo sólo la oportunidad para deshacerse de los relatos solemnes de la modernidad. *(2)

León Ferrari exagera la desintegración de las colecciones religiosas y política en sus collages para afirmar los impulsos liberadores del pensamiento moderno. Sus montajes de iconos sacros con imágenes nazis o bélicas, de los angeles amenazantes de Rafael y Durero con escenas eróticas, buscan renovar la ironía crítica sobre la historia.

La relectura de la iconografía religiosa lleva a Ferrari a encontrar en el fundamentalismo cristiano bases del terror institucionalizado por las dictaduras modernas:

“El dios que separa a los que le temen de los otros y envía a estos a esa especie de “campo de concentración”, que es el infierno, no por casualidad sirve de justificación o doctrinas políticas totalitarias. Ese infierno exaltado por Giotto y Miguel Angel, en obras admiradas con muestras supremas de sensibilidad y el progreso, es asociado por Ferrari con la tártara y el Ku Klux Klan”. *(3)

En la crisis de hiperinflación e ingobernabilidad de la economía Argentina de 1989 encontramos una multiplicación de leyendas:

“Mientras los lenguajes políticos partidarios se volvían inverosímiles (el 36 por ciento de los votantes permanecía indeciso una semana antes de las elecciones presidenciales), los muros se cargaban de indignación y eceptismo “Haga trabajar a su diputado, no reelija”, “La patria no está en venta, ya está vendida”, “Yanquis go home y llévenos con ustedes”, como suele ocurrir con los graffiti promueven diálogos anónimos: “Argentina será dentro de poco el paraíso; vamos a andar todos desnudos”. Alguien responde. “¿Habrá matanzas?”. Se retoman sarcásticamente las idealizaciones románticas y políticas difundidas por los medios masivos: “Silvio Rodríguez era el único que tenía un unicornio y el muy tonto va y lo pierde”. *(4)

El estudio de los graffiti debe relacionarse con el de la expresión y el arte popular, los estudiosos del tema han ampliado su alcance, a partir del sugestivo título de Brassai, en la revista Minotaure.(núm. 34, 1933) cuando publicó su famoso artículo sobre los graffiti, “Desde el muro de las cavernas hasta el mundo de la fábrica”.

La historia contemporánea de los graffiti alcanzo un momento culminante en los acontecimientos parisinos de mayo de 1968. El Centro Georges Pompidou los analizó, en 1982, bajo el sugestivo título de “Las paredes murmuran, gritan, cantan...”. *(5)

Otro ejemplo emblemático de graffiti de inspiración política fue el de la decoración del muro de Berlín por el lado occidental, en provocativo contraste con la militarización que caracterizaba el lado comunista y que demostró, hasta la sociedad, la eficacia de la guerra psicológica entre dos sistemas políticos enfrentados.

2.1.3. El graffiti en la ciudad de México. Ayer y Hoy

"Tú estarás aquí
mañana pero
tus sueños no".

Cat Stevens

En México en graffiti recupera una amplia tradición de pictogramas prehispánicos, pintas, murales y expresiones populares. Desde la época de la Colonia, el uso común de muros y paredes como substancia expresiva de protestas, manifiestos, chistes y consignas. Por ejemplo, Hernán Cortés frente a los sarcasmos y burlas que le hacían afirmaba: "paredes blancas, pared de necios". *(6)

Posteriormente a la Revolución, surge la tradición muralista mexicana, la que por medio de un sincretismo figurativo expresa de manera sintética las grandes disyuntivas de nuestra historia, no sin visión crítica, pero también recurriendo a representaciones simbólicas muy estilizadas.

La inclusión de otras formas expresivas y figurativas emparentan al graffiti con el arte, en muchos casos, el graffitista es un artista callejero en el que el graffiti deviene en objeto-arte.

En México el graffiti surge a raíz del movimiento cholo. Este tiene su origen entre los jóvenes marginados chicanos y mexicanos. Al igual que los pachucos los cholos sufren de la imposibilidad de satisfacer las necesidades creadas por la sociedad consumista norteamericana, lo cual propicia una respuesta violenta por parte de los cholos hacia todo orden social y se expresa de diferentes formas: desde la violencia hasta comportamientos, lenguaje y vestimenta propios.

El graffiti se hace palpable principalmente en la década de los ochenta en las zonas marginadas del Distrito Federal y del Estado de México.

Por ejemplo el movimiento Tepito/Arte/Aca, recuperó por medio de expresiones artistas el uso y sentido del deterioro urbano, haciendo arte mural sobre paredes derruidas o esculpiendo en madera sobre árboles muertos, postes y objetos diversos.



El graffiti en la ciudad de México. Ayer y Hoy *ENEP Acatlán (foto: S. Montes)1997

2.2. ¿Graffiti?. Diversos conceptos

En este segmento se presentan concepciones de graffiti según diversas fuentes documentales y posteriormente se retomaran de acuerdo a la visión de los graffiteros.

1. Graffiti o grafito: m. Arqueol. y Artes plásticas. El término italiano graffito se impuso en el siglo XIX (sobre todo en su forma plural graffiti para designar las cada vez más abundantes inscripciones arqueológicas populares (equivalentes a las pintadas "modernas de las paredes de nuestras ciudades) que aparecen en las ruinas y que, como complemento a las inscripciones oficiales de la época, constituían auténticos documentos históricos para mejor comprender la vida cotidiana de la antigüedad...". "Es una inscripción o dibujo plasmado en una pared. Lo utilizan diversos grupos como bandas o pandillas. Tratan temas políticos y sociales. No toman un personaje en específico para plasmar esa imagen política, artística, etc".

Enciclopedia Universal Ilustrada *7

2. Graffiti: (voz italiana) inscripciones o figuras casi siempre de carácter satírico o caricaturesco, grabadas en las piedras de monumentos antiguos. // Dibujo o escritura realizado sobre paredes.

Diccionario Enciclopédico Larousse *(8)

3. Graffiti: es un medio sincrético y transcultural. Algunos fusionan la palabra y la imagen con el estilo discontinuo: la aglomeración de signos de diversos autores en una misma pared es como una versión artesanal del ritmo fragmentado y heteróclito del videoclip. En otros se permutan las estrategias del lenguaje popular y del universitario, observa Armando Silva. Hay también “síntesis de la topografía urbana” en muchos graffitis recientes que eliminan la frontera entre lo que se escribía en los baños o en los muros. Es un modo marginal, desinstitucionalizado, efímero, de asumir las nuevas relaciones entre lo privado y lo público, entre la vida cotidiana y la política.

(García Canclini, Néstor) *(9)

4. Graffiti: “...es la auténtica libertad de manifestar y expresar en forma escrita o dibujada mensajes sin censura alguna. Su vocación: la persuasión”. “... la palabra graffiti deriva del idioma italiano, su significado es el de “garabatos”, éste, al igual que el término petroglifo (Grabado prehistórico hecho en la roca o en un canto rodado, al que se le atribuye carácter simbólico), ha sido por parte de los arqueólogos quienes al parecer le dieron estos nombres a las inscripciones y dibujos hechos en los muros por las distintas civilizaciones.

Asimismo, se considera que se trata de trazos ocasionales realizados por el hombre y que son a menudo referencias a los acontecimientos de la vida diaria. el contenido de éstos, es la información sobre las costumbres y niveles sociales y culturales de las distintas etapas que ha vivido el hombre...”.

(Ocaña Hernández, Sara) *(10)

2.3. Clasificación del graffiti

a) Firmas o contraseñas (tags)

La firma consiste en el nombre del escritor pero realizadas con letras muy estilizadas y enlazadas. Las firmas se escriben rápidamente, a menudo de un único y ágil trazo y casi siempre en un solo color de tinta o pintura; las firmas son tan personales como la propia letra del autor (frecuentemente se realizan con rotuladores).(V. *Fotos 1-2.Pág.59*)

b) Los vomitados (throw-up)

Los vomitados generalmente consisten en un nombre cuyas letras forman una sola unidad, suelen hacerse en un tipo modificado de letra pompa: letras gruesas, simples, incompletamente pintadas en un solo color y contoneadas sin mucha precisión con otro color más oscuro. (*V. Fotos 3-6.Págs.60-61*)

c) Obras

Se les llama obras, abreviatura de obras maestras, a los nombres que constan de cuatro o más letras pintadas generalmente con sprays.

La obra, trabajo más completo que incluye, además de la etiqueta del autor, otros caracteres y una dedicación o mensaje de contenido social, político o poético decorado con múltiples colores. (*V. Fotos 7-10.Págs.62-63*)

d) Obras de “arriba a abajo” (top-to-bottoms)

Generalmente denominadas <t-to-bs> se trata de los nombres, a menudo acompañados de dibujos y otro tipo de decoraciones, que ocupan todo (el espacio) de arriba a abajo, pero no todo el largo. (*V. Fotos 11-14.Págs.64-65*)

e) Obras de “extremos a extremos” (end-to-ends)

“Se le llama así a los nombres y decoraciones que los acompañan que se extienden de un extremo a otro del espacio -Un E-to-E- se realiza de forma colectiva. (*V. Fotos 15-16..Pág.66*)

f) La etiqueta

Es la forma más simple de esta actividad donde, usando un solo color, se consigna el nombre -real o no- del autor con el que se desea dar a conocer su trabajo, o sencillamente para conmemorar su estancia en el sitio marcado. (*V. Fotos 17-18.Pág.67*)

g) La lanzada (flers)

Es una forma más compleja de la etiqueta, consistente en un nombre confeccionado con dos o tres letras unidas entre sí de manera circular, se elabora en una sola rociada de pintura o con dos colores generalmente plata y negro blanco y negro. (*V. Fotos 19-22.Págs.68-69*)

h) Los enredados o tejidos

Consiste en la configuración de letras, en ocasiones acompañadas de flechas, se realizan sin despegar la línea. (*V. Fotos 23-24.Pág.70*)

i) Los tridimensionales

Son letras e iconos realizados en tercera dimensión algunas veces se valen de elementos cúbicos, sus colores suelen ser variados y estridentes. (*V. Fotos 25-26.Pág.71*)

j) Los bestiales.

Estos son mucho más complejos, en ellos se mezclan diversas técnicas y un variado amplio colorido. (*V. Fotos 27.Pág.72*)

k) Las bombas.

Este tipo de letras “gordas” se caracteriza por su clandestinidad, por lo general se pintan en lugares “prohibidos” (por ejemplo en el túnel donde pasa el convoy del metro), por las noches a la luz del cerillo, la vela o el encendedor y para poderse introducir en este tipo de lugares los graffiteros riesgosamente saltan los alambrados(*V. Fotos 28-29.Pág.73*)

2.4. Elementos característicos del graffiti

La gente común, ve en el graffiti imágenes y topografías grotescas, deleite pupilar por el colorido y/o quizá un ornamento que estridentemente adorna los barrios populares de la ciudad de México.

Efectivamente, el graffiti es la expresión de un barrio, una banda, una clase sin acceso a los modernos medios de comunicación. El graffiti es un medio de información y comunicación donde subyacen auténticos procesos culturales de una forma de vida. Es un medio de expresión donde al igual que la televisión o la radio, se difunden valores, creencias, sentimientos, emociones y toda una forma de concebir a una realidad determinada.

“...el graffiti aquí se considera como el objeto de la descripción, el cual se concibe como una estructura que permite reconocer las relaciones entre las partes que lo constituyen”. **(11)*

El graffiti cuenta con una estructura: configuración y función que constituyen un sistema de elementos en cuanto al uso de colores, formas, tipografías e iconos, los cuales, forman una conexión recíproca en busca de una función social, la de comunicar e informar.

En cada muro garabateado se le ofrece al observador una imagen que encierra pensamientos, recuerdos y sueños de sus autores; compartiendo así vivencias de su realidad. Son representaciones acumulativas de sus impresiones dando como resultado versiones utilizadas adquiriendo toda fuerza informativa y hasta comunicativa. Se trata de una demanda y necesidad, de una nueva forma de imagen, de dibujos y signos, cuya comprensión se deriva de la reflexión de cada emisor.

Hoy cabe observar el renacimiento de un vivo interés por el sentido de aquellos signos de configuraciones simbólicas.

2.5. Nivel imagen y nivel mensaje

No a todo lo que está pintado en las paredes se le puede llamar graffiti. Silva Tellez Armando, en su libro "Punto de vista del ciudadano: focalización visual del graffiti", establece siete características propias de esta expresión:

1. Marginalidad. Se expresan, a través del graffiti, aquellos mensajes que no es posible someterlos al juicio oficial, por razones ideológicas.
2. Anonimato. Los mensajes graffiti mantienen en reserva su autoría.
3. Espontaneidad. Su inscripción corresponde a una necesidad que aflora en un momento imprevisto pero que conlleva el aprovechamiento del momento en que se efectúa el trazo.
4. Escenidad. el lugar elegido, el diseño empleado, materiales y formas generales de imágenes o leyendas, son concebidas como estrategias para causar impacto.
5. Velocidad. Las diferentes inscripciones se consignan en el mínimo tiempo posible por razones de seguridad.
6. Precariedad. Los medios utilizados son de bajo costo y fácilmente conseguibles en el mercado.
7. Fugacidad. La vida de estos grafemas no está garantizada y pueden desaparecer o ser modificados minutos posteriores a su elaboración. *(12)

El graffitismo latinoamericano ha presentado en las últimas décadas, cuatro características que lo han diferenciado del de las grandes ciudades, sin embargo, esto no quiere decir, que las anteriores dejen de ser esenciales.

1. Una mayor participación ciudadana, representada por la mayor participación heterogénea de grupos sociales: feministas, artísticas, estudiantes, trabajadores, etc.
2. Forma de contenido político-poético-afectiva. Producto de la afortunada amalgama entre universitarios, trabajadores-artistas, presentando una síntesis poético-ideológica de la situación.

3. Carga irónico-humorística. Esto como heredero de otros modos tradicionales de expresión colectiva tales como el chiste, la leyenda, el sarcasmo, la irrelevancia y la burla pesimista. También por esta vía recupera algunos de nuestros aspectos culturales tradicionales como el machismo, el ingenio, el erotismo, la muerte y una visión un tanto apocalíptica del futuro.
4. Nuevos aspectos formales. Se han superado los grafemas puramente verbales como forma exclusiva, apareciendo nuevas formas figurativas, tales como el uso de las caricaturas y los cómics de la pinta popular, donde con figuras muy elementales pero contundentes se construye el mensaje callejero. *(13)

2.6. Técnicas de elaboración y estilo

"Un graffiti sin estilo
es considerado monótono
y sin vida".

"La estructura del estilo
es la estructura de ti mismo
y la técnica sus armas".

"Un buen estilo
habla más que mil palabras".

Anónimos

La primera herramienta empleada para la realización del graffiti fue sin duda los "sprays" (aerosoles); esta modalidad se utilizó mucho en los años setenta, pero al paso del tiempo se requirió de otros métodos, como son las pinturas de botes y las brochas. Este cambio dependió del factor tiempo, es decir, en la actualidad varios autores le dedican tanto espacio como tiempo adecuados para la realización de un buen trabajo, sin embargo a la fecha se considera como verdadero graffiti al arte en aerosol sin la intervención de otro elemento.

Estos artistas han tomado sprays, brochas, botes con pintura y por supuesto las calles y las bardas convirtiéndolas en nuevas formas de expresión dentro del contexto urbano. La técnica concede mucha libertad de colores limpiamente, para dibujar letras trabajadas en términos de perspectiva o de bosquejo.

Existen muchos escritores de graffiti a nivel nacional y mundial. Ser escritor local de estos puede crear una imagen de “artista rebelde” a nuestro alrededor, pero en la cultura global del graffiti, esta “frescura” es una forma natural.

¡No hay nada especial acerca de ser un escritor de graffiti en un cuarto lleno de escritores de graffiti, ¿Cómo marcar la diferencia y la originalidad entre uno y otro? La respuesta es un tanto compleja, pues radica en una comprensión de estilo.

La técnica es algo que puede ser enseñado, pero el estilo debe ser descubierto por uno mismo. La primera tiene un carácter universal y es sin duda, más fácil de aprender, corregir y perfeccionar, el segundo es personal (cada quien desarrolla su propia voz sin imitaciones del trabajo de otros). (V. Fotos .Págs .126-131)

“El estilo consiste en la presentación de tus propias ideas, es algo único e individual, es creación, significación, estructura y fundación para el mismo trabajo. Es la verdadera voz que existe en cada uno de nosotros, la voz que ha sido tan frecuentemente opacada por años de actuar como otra fuente”.

*“Fly”(Graffitero)**(1)*

2.7. ¿Quiénes los hacen y por qué?

“Hay muchos grupos
como Tepito Arte Acá
que tiene extraordinarias
muestras artísticas,
y arte callejero”.

Iturriaga de la Fuente José.

*“Una de las principales características que tiene la cultura del graffiti es que no hay una escuela, tu puedes pintar, hacer diferentes obras, puedes crear tus diferentes dibujos, puedes crear tus cómics, puedes crear tu estilo propio, aquí cada quien tiene su estilo y para esto no hay una escuela, es simplemente **arte urbano**”.*

*Gatica (graffitero)**(2)*

El graffiti no es un medio de expresión propio de los chavos banda. La acción de pintarrajar las paredes se convierte en una agresión, generandose así un sentimiento de autoridad por parte de sus autores y no sólo sobre los demás grupos, sino, sobre la moral y el orden establecidos. Un caso representativo es el siguiente:

Para los “diabólicos” y los “scrapies”, chavos banda y habitantes de la ciudad de Nezahualcoyotl el graffiti es “una forma de expresar los sentimientos de toda la banda, “las cosas que no nos parecen las decimos pintando”.

Alberto Azis Nassif, autor del libro “La cultura subalterna en México” afirma que: “las bandas como agrupaciones de jóvenes pertenecientes a las colonias populares han adoptado el graffiti en respuesta a todas las contradicciones culturales a las que se enfrentan”.*(14)

Armando Tellez de “Graffiti una ciudad imaginaria” establece que:

“la protesta de los jóvenes consiste precisamente en la denuncia pública de un derecho que no es tomado en cuenta por la mayoría de las instituciones sociales y que se vuelve en contra de la ciudad con fuerza y violencia”.*(15)

Los “diabólicos” argumentan que la mayoría de los mensajes van intencionados a un principal receptor: la fuerza pública. “A veces lo que expresamos va dirigido hacia la ley. Hay un dicho que aquí manejamos, “la banda es consciente pero la tira la hace delincuente”.

Por su parte los “scrapies” señalan que no existe un mensaje determinado en sus pintas “son sólo pendejadas”.

Sin ningún tipo de organización, los chavos de “Nezayork” se reúnen en grupo para dar salida a toda la energía que llevan consigo y que requiere forzosamente de una exteriorización.

Los “diabólicos” y los “scrapies” también utilizan el graffiti como medio para marcar su territorio. Los instrumentos son las bardas, pintura de “spray” o brocha. “Para realizarlo es necesario poner a otros chavos a vigilar por si llega la policía”.

El graffiti resulta la vía más fácil para proyectarse en una sociedad que los niega y los condena. Los “diabólicos” dicen que “lo que a nosotros nos falta es que se interesen por lo que pensamos y sentimos”.

Hacer graffiti es un deseo y quien consigue transgredir la censura, sus barras y tejidos, actúa satisfaciendo, en forma directa o indirecta, una pulsación.

*Graffiteros de Neza** (3)*

Además “no sólo un sector determinado de carácter bandálico, agresivo o marginal sabe graffitear, tarde o temprano todos estamos tentados a hacerlo”.

*Graffiteros de Neza** (4)*

La gente pinta graffiti, por que pueden expresarse ellos mismos y establecerse fuera de la norma. Lo consideran un trabajo artístico aunque no esté “legalizado”. Al crear este arte público, los escritores de graffiti experimentan un nivel de riesgo y aventura y lo consideran un “infierno” de mucha diversión.



¿Quiénes lo hacen y por qué? *ENEP Acatlán (foto: S. Montes)1997

2.7.1. De cholos, de barrios y pachucos, ¿ellos también dibujan?

“La violencia empieza
cuando de amenaza
la identidad”.

Mc. Luhan

El cholo tiene su antecedente inmediato en lo que fue la manifestación del pachuquismo de los años 40 y 50. El “pachuco”, fenómeno de la frontera, emergió entre notas de swing, boogy, mambo y comenzó a tratar de darle un estilo a las “calles mexicanas” en Los Angeles, el Paso Texas o en las ciudades del norte de México, pero fue rápidamente estigmatizado.

Del lado mexicano, los jóvenes pobres que asumieron el estilo, se pusieron las garras y trataron de conformar una identificación por fuera de las grandes industrias culturales. Del lado estadounidense la marca conspicua fue la identificación étnica.

El pachuco tuvo como marco de referencia la sociedad anglosajona que reacciono al fortalecer los elementos de su identificación profunda, diría Guillermo Bonfil: a través de la adopción de un estilo que en sí mismo era una marca de desafío frente a lo que era la situación que se vivía por parte de la población de origen mexicano en los Estados Unidos, por ejemplo tenemos los famosos letreros de los restaurantes que decían: *"Prohibida la entrada a perros, mexicanos y negros"*.

José Manuel Valenzuela ***(1)



De cholos, de barrios y pachucos, ¿ellos también dibujan?

*ENEP Acatlán (foto: S. Montes) 1997

En este periodo la población mexicana sólo tenía acceso a las albercas públicas un día antes de que fueran lavadas, y junto con los afroestadunidense compartían espacios segregados dentro de los transportes públicos.

El racismo tenía una manifestación fundamental en la definición de las relaciones interétnicas entre el mundo anglosajón y lo que ocurría con la población mexicana y de origen mexicano, ahí es donde surge el pachuco.

El cholismo es un fenómeno que va a recuperar algunos elementos del pachuco, como la organización a través del barrio (una red de intercambio de bienes, servicios y favores).

El cholo recupera el “shout suit” del pachuco, las garras y parte del vestuario, hasta determinar su marca fundamental. Además , tuvo dos dimensiones importantes: a) la cárcel, donde el cholo recupera la utilización del tatuaje y, b) la obsesión de taer los zapatos sumamente lustrosos (tradición del ejercito). Sin embargo la marca más importante va a ser el trabajo

José Manuel Valenzuela ***(2)

La información que esta dentro de los cuadros indica algunas características específicas de los autores del graffiti, es decir, quiénes son, cómo son, su origen y formas de vida. Según el conferencista José Manuel Valenzuela.

“De estas ropas actuales
emana la libertad”.

Charles A. Reich

El pachuco retoma elementos de desafío: como el ostentoso traje payo, a través del cual va a tomar sus propias marcas de identificación. El graffiti, va a ser por primera vez la búsqueda de dejar sus marcas en las paredes de diversas paredes como Los Angeles. Posteriormente sustituyó el trabajo agrícola y representó entonces la urbanización de la fuerza de trabajo mexicana en Estados Unidos integrada por los servicios y trabajo industrial. (Fenómeno fronterizo y transfronterizo).

La marca más importante del cholismo va a ser el trabajo reflejado en el uso de las mallas o redes que el cholo se pone en la cabeza evidencia de la fuerza de la terciarización, de la fuerza de trabajo mexicana. Tales protecciones las usa en restaurantes por cuestiones higiénicas. En otros rubros de los servicios, el paliacate o la bandada es una marca ancestral también usada en el trabajo agrícola y en el de la construcción para detener el sudor.

La camisa de franela utilizada en las regiones frías para trabajar, no es una camisa para ir de “parting”, lo que serían los pantalones “dikis” (plomos, grises o azules) son de trabajo en la industria.

Las “ranflitas” son unas sandalias de tela, sin suela usadas en trabajos donde se debe permanecer mucho tiempo de pie, estas dan gran comodidad para ello.

Las cholas se ponen ligas en las manos como marca del trabajo industrial, ellas debían añadirles a los productos que iban fabricando, después las dejaban integradas como suertes de telarañas atravesadas en sus manos.

Las marcas fundamentales de los cholos son la recreación de los códigos y símbolos cotidianos, descontextualizados y ubicados en sentidos distintos desde los cuales estos jóvenes escaparon a lo que estaba haciendo el prototipo, conformado por las industrias culturales.

José Manuel Valenzuela ***⁽³⁾

2.7.2. “¡De lengüita, por favor!”

En el presente trabajo no tengo como objetivo principal ahondar en las cuestiones lingüísticas de los graffiteros, sin embargo, en el texto siguiente extraído del conferencista José Manuel Valenzuela, muestro a grandes rasgos algunas expresiones utilizadas por los creadores de graffiti.

El pachuco como elemento de identidad mexicana utilizó el lenguaje (mezcla del español e inglés) para transformar el fenómeno lingüístico de resistencia que había prevalecido desde la segunda mitad del siglo pasado (tratados de Guadalupe Hidalgo), el 2 de febrero de 1848, cuando México pierde la mitad de su territorio y se inicia un proceso largo de una muy fuerte segregación y racismo contra la población mexicana.

En este periodo el pachuco lingüísticamente recrea y construye, elementos y figuras fundamentales desde el campo, el barrio, el campo de la vida loca, de ahí surgen frases como las siguientes: “Te guacho al rato”, “ahí te guacho a dos bloques de la marqueta”, “agüeca el ala”, “chola chuca”, “chola ruca de aquellas”, es decir, todo un juego lingüístico donde se acuñan las palabras como: “simón”, “órale”, “de aquellas”, etc.. Estas van a permear mucho el lenguaje que después sería apropiado por los “tarzanes” en el centro del país y también sería recreado lingüísticamente a través de estas imágenes (únicas, las cuales desafiaban de manera contundente las imágenes fundamentales que conformaban la dimensión arquetípica de la juventud de esos momentos.

José Manuel Valenzuela ***⁽⁴⁾

2.7.3. De graffiteros y “crews”

Asesinos de Paredes “Wall Killers” (WK); Tribu Nueva Tenochtitlan (TNT); Libre Expresión Popular (LEP) y Aeromurales Extremos o Arte Mexicano Extremo (AMX), entre otras, son los nombres de algunos “crews” o grupos de jóvenes que recorren la ciudad dejando huella en los muros -a pesar de su anonimato-, ello son capaces de dar vida a las paredes y provocar que de ellos emanen sus voces, es decir, se dedican al graffiti (voz alternativa callejera).

Un muro en blanco, una, dos o más latas de aerosol (ya sean compradas, fiadas, regaladas o “prestadas”), ¿permisos? a veces, pero eso sí una mente creativa y despierta. Ellos son jóvenes que solos o en grupo desfilan por la ciudad de México sin rumbo fijo, con deseos de ser escuchados y comprendidos, además de romper con ese margen que los separa de determinadas figuras autoritarias.

Estos muchachos son en su mayoría estudiantes de secundaria o preparatoria y además se dedican a la aerografía, no todos corresponden a la clase social “baja” o al sexo masculino y porque no decirlo, algunos de ellos se han llegado a drogar o a emborrachar, sin embargo, estos no son los motivos por los cuales se dedican a “pintarraजार” las paredes.

Los graffiteros conforman diversos grupos y son ellos quienes por consenso deciden como nombrar a su “crew” (palabra americana cuyo equivalente en español es equipo, banda, cuadrilla y con ella se autodenominan los grandes grupos de jóvenes graffiteros y que utilizan en este un sólo estilo. Esta palabra al ser pronunciada podría escucharse así “criu”, “kru” o “crío”, los autores del graffiti no le atribuyen una definición exacta), de cualquier manera los “crews” no tienen un líder o jefe que los comande, ellos están organizados y en conjunto forman una “familia”, un “barrio”, una “banda”, la cual lucha por una misma causa: expresarse.

En la ciudad de México, la existencia de “crews” es evidente y circulan por todas partes. Entre otros grupos sobresalientes -aparte de los ya mencionados- se encuentran: Sin Fronteras (SF); Nación Azteca (AZTLANATION); Hombres Reales (HR), Mexicanos Chingones “Wicked as Mexican” (WAM) y muchos más, ellos, -reitero- se dedican al graffiti “artístico” (con mensaje), sin embargo, otros chavos le han dotado de un carácter bandálico y sin sentido, estos se denominan “tags” y quienes los hacen “taggers”.

Los “crews” están integrados por cincuenta jóvenes o más, pero, esto no indica que sus integrantes de manera individual sean dependientes de tales agrupaciones, ellos son libres de decidir su permanencia en cada grupo, porque están conscientes de la unidad (hermandad) de su organización, pues esta funciona como una familia.(consideran básica la ayuda mutua). Cada miembro del “crew” tiene voz y voto y se respeta la ideología y sentir de cada quién, no les gusta tener líderes, ni estar supeditados a ellos. Cada uno tiene su mundo en su mente y puede expresarlo como quiera y en el momento que lo desee.

“Cada “crew” tiene una propuesta distinta y cada elemento que lo conforma puede pertenecer a la familia que más le guste”.

*Victor (graffitero) ** (5)*

Cabe destacar que cada “crew” tiene su propio estilo de graffiti (bombas, etiquetas, lanzadas, obras, tags, etc.). y a diferencia de los “crews” de Estados Unidos, en México si se pueden copiar los estilos de letras e iconos (en E.U. se matan si alguien más lo hace).

Otro rasgo es que cuando plaquean (firman) suelen copiar las iniciales del “crew” (en ocasiones consideradas como claves secretas, pues no siempre revelan su verdadero nombre), además también escriben los seudónimos de sus integrantes y si solamente actuó un miembro suele acompañar su sobrenombre con la palabra “one”.

Ahora bien, ¿por qué se integran los “crews”? porque se siente incomprendidos, tienen muchas inquietudes, desean ser escuchados, valorados y a la vez valorar al ser humano y su entorno natural y físico y porque, además algunos de ellos consideran que aun sin escuela tienen el derecho de expresarse de manera artística y creativa, para no sentirse marginados y/o reprimidos, utilizan el graffiti como medio de comunicación alternativa.

Las paredes, los vagones del ferrocarril y del metro, los subterráneos, los puentes, coladeras y demás superficies “limpias” o “muertas”, son “decoradas” por los graffiteros, quienes plasman ese arte efímero y variado del graffiti. Exaltan temas que afectan a la humanidad, algunos tratan de despertar conciencia o abarcar los rasgos de la cotidianidad, por ello, observamos imágenes y mensajes en aras de la libertad.

Algunos graffiti son clandestinos los jóvenes consideran esto como un desafío a lo prohibido, sin embargo, hoy en día, ya hay quienes les ceden permisos para pintar. El graffiti no es un simple juego de niños en las paredes de la ciudad, aunque haya quienes le den un mal uso, los graffiteros tratan de plasmar y de crear un producto del paso agigantado de lo urbano-americano, donde reflejen su estilo de vida forjado en su mente y la rebelión de nuestra generación.

Por último ¿de dónde se desprenden los nombres de los “crews”? Asesinos de Paredes, quizá podría ser un nombre demasiado violento, sin embargo sus integrantes consideran de manera retórica que ellos están encargados de dar vida a las paredes blancas “paredes muertas”, “TNT”, “AZTLANATION” y “WAM” entre otras exaltan en su nombre palabras alusivas al arte mexicano, “AMX” está integrado por puros jóvenes mexicanos, otros grupos como “LEP” o “SF” incitan a la libre expresión, -reitero- son los mismos miembros del “crew” quienes por consenso deciden como denominarlo.

“Quien hace graffiti no necesita ser rockero, punk, cholo, pachuco, etc., cualquier persona lo puede hacer siempre y cuando le guste”.

*Junior (graffitero) ** (6)*

2.8. Y, entonces, ¿qué es el graffiti?

"Entre piedras,
las palabras".

Anónimo

El graffiti tiene varias connotaciones, en las pinturas rupestres encontramos a los primeros graffiteros, no hay que asustarse por las clasificaciones que ahora se hacen, que tratan de contener y reducir a dimensión policíaca al graffiti, pues tan graffiti es el oficializado (en el que se realiza con las grandes marcas comerciales o con la propaganda política como el graffiti que realizan los jóvenes de manera espontánea y especial, cuyos contenidos en ocasiones resultan complejos). Aquí el punto importante es como se establece la dimensión legítima o ilegítima o proscrita, legal o ilegal del graffiti; y en esto evidentemente se inscribe lo que sería la dimensión transgresora del graffiti que se inscribe en la lucha y la disputa social por los espacios públicos. y para muestras está el comentario del señor "Nuke":

"...el graffiti no está estigmatizado, simplemente lo podemos ver con la propaganda de los partidos políticos: vota por el PRI, vota por el PAN, vota por el PRD, vota por el ECOLOGISTA, vota por el PT, se podrán reír, pero eso es graffiti plenamente permitido, ¿por qué carambas está permitido que los partidos políticos pinten graffiti? y cuando uno pinta "Juanito ama a Pancha" está mal, esto es vivir en una doble moral tremenda: que el graffiti institucional esté permitido y el que sale de la institucionalidad esté prohibido".

Sr. Nuke ***(5)

Citas de pie de página (libros, periódicos y tesis)

- * (1) Ocaña Hernández, Sara. *Gritos de urbanidad (el graffiti en nuestra ciudad)*. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, Edo.Méx., 1993. Pág. 45.
- * (2) García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas* Ed. Grijalbo. México, D.F. 1990 Pág. 314
- * (3) Ibídem
- * (4) López Romero, Guadalupe. *Tomad el muro por asalto (algo sobre pintas políticas y graffiti de bandas)*. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán. 1995. Edo. Méx. Pág. 52.
- * (5) S/N Enciclopedia Universal Ilustrada. Ed. Espasa Calpe, S.A. Madrid Barcelona, 1996.
- * (6) Ocaña Hernández, Sara. Op. Cit. Pág. 54
- * (7) S/N Enciclopedia Universal Ilustrada. Op. Cit.
- * (8) S/N Diccionario Enciclopedico Larousse Ed. Planeta , S.A. Tomo5. España 1990
- * (9) García Canclini, Néstor. Op. Cit. Pág. 315.
- * (10) Ocaña Hernández, Sara. Op. Cit. Págs. 60-72.
- * (11) Ibídem
- * (12) Silva, Armando. *Graffiti, una ciudad imaginada*. Ed. Tercer mundo. Bogota, Colombia. Págs. 55-173.
- * (13) Ibídem
- * (14) Ocaña Hernández, Sara. Op. Cit. Pág. 45-78
- * (15) Ibídem

Citas de entrevista

- ** (1) Entrevista a "Fly". Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (2) Entrevista a "Gatica". Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (3) Entrevista a *graffiteros*. Enero 1997 Neza.
- ** (4) *Ibídem*.
- ** (5) Entrevista a Víctor "N". Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (6) Entrevista a "Junior". Nov. 1996 La lagunilla.

Citas de conferencia

- *** (1) Lic. José Manuel Valenzuela. *Morir para vivir. Graffiti en memoria de la raza.* Oct. 1997 Centro Cultural Acatlán.
- *** (2) *Ibidem*
- *** (3) *Ibid*
- *** (4) *Ibidem.*
- *** (5) Sr. Nuke. *Morir para vivir. Graffiti en memoria de la raza.* Oct. 1997 Centro Cultural Acatlán. .



1. Firma o contraseña

Aragón (Foto: S. Montes) 1998



2. Firma o contraseña

Aragón (Foto: S. Montes) 1998



3. Vomitado

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



4. Vomitado

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



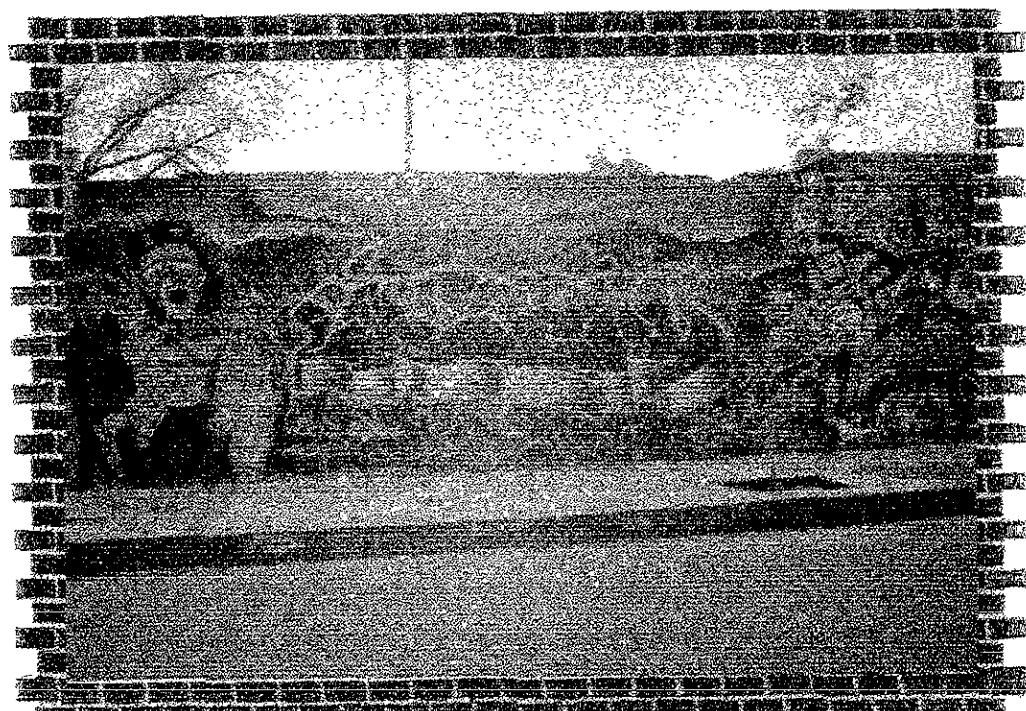
5. Vomitado

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



6. Vomitado

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1997



7. Obra

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



8. Obra

Neza (Foto: S. Montes) 1999



9. Obra

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



10. Obra

ENEP Acatlán (Foto: S. Montes) 1997



11. Obras de arriba a abajo

cuautitlán Izcalli (Foto: S. Montes) 1999



12. Obras de arriba a abajo

Moctezuma (Foto: S. Montes) 1997



13. Obras de arriba a abajo

Cuautitlán Izcalli (Foto: S. Montes) 1999



14. Obras de arriba a abajo

Cuautitlán Izcalli (Foto: S. Montes) 1997



15. Obras de extremo a extremo

Neza (Foto: S. Montes) 1999



16. Obras de extremo a extremo

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



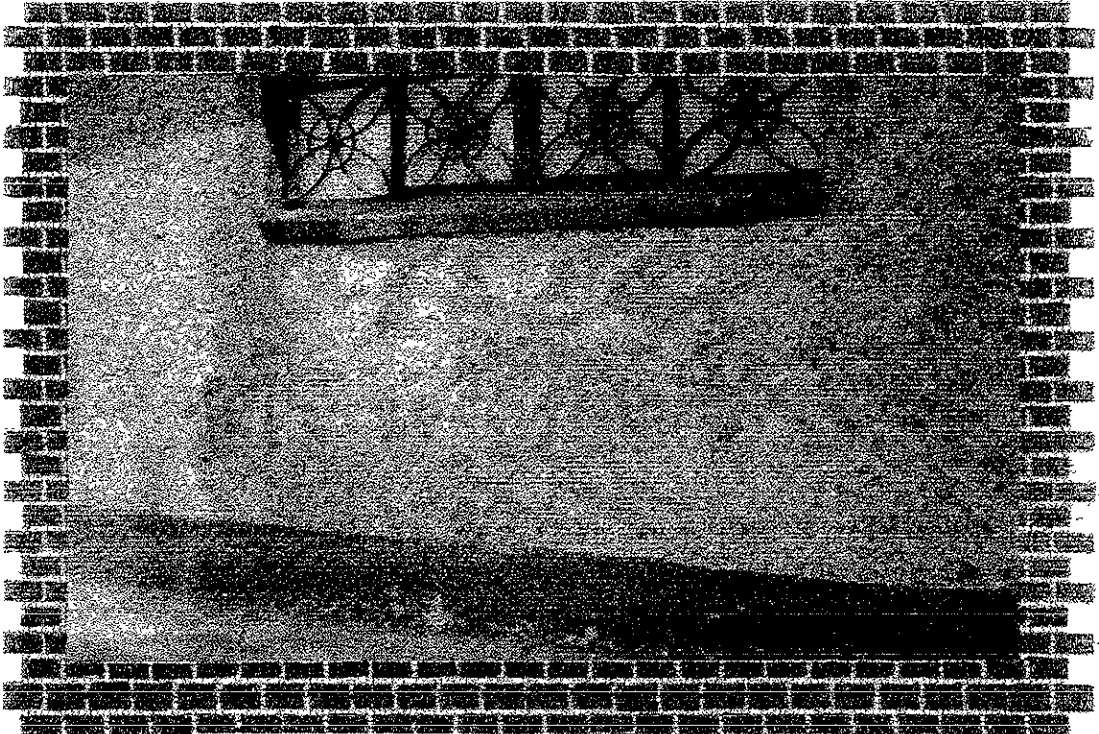
17. Etiqueta

Azcapotzalco (Foto: S. Montes) 1999



18. Etiqueta

Azcapotzalco (Foto: S. Montes) 1999



19. Lanzada

Aragón (Foto: S. Montes) 1999



20. Lanzada

Neza (Foto: S. Montes) 1999



21. Lanzada

Azcapotzalco (Foto: S. Montes) 1999



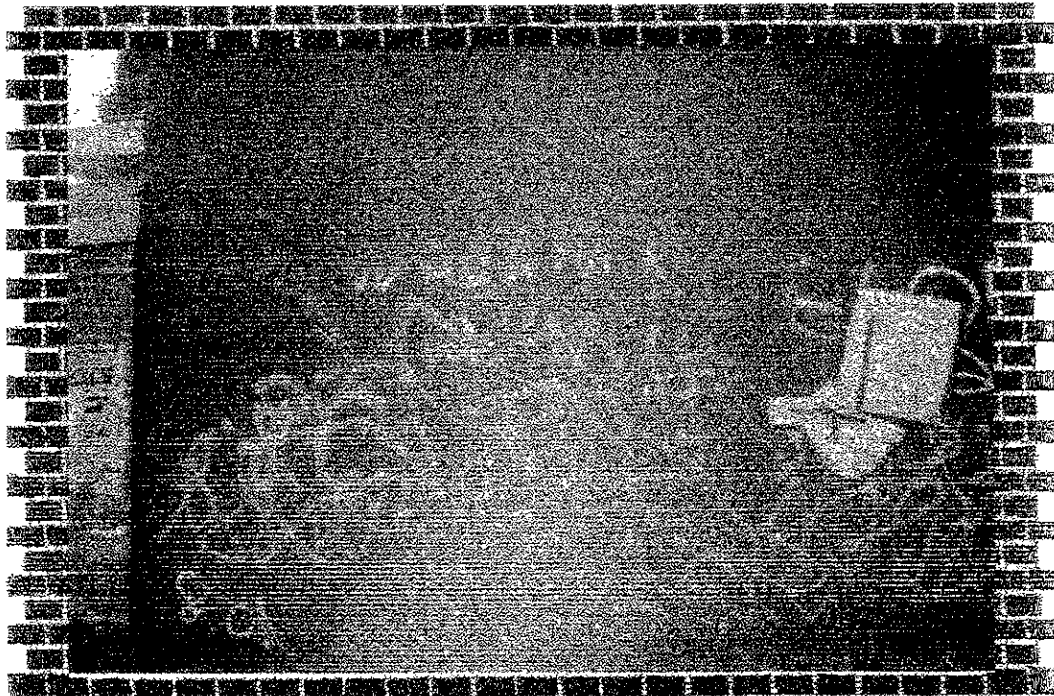
22. Lanzada

Neza (Foto: S. Montes) 1999



23. Enredado

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



24. Enredado

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



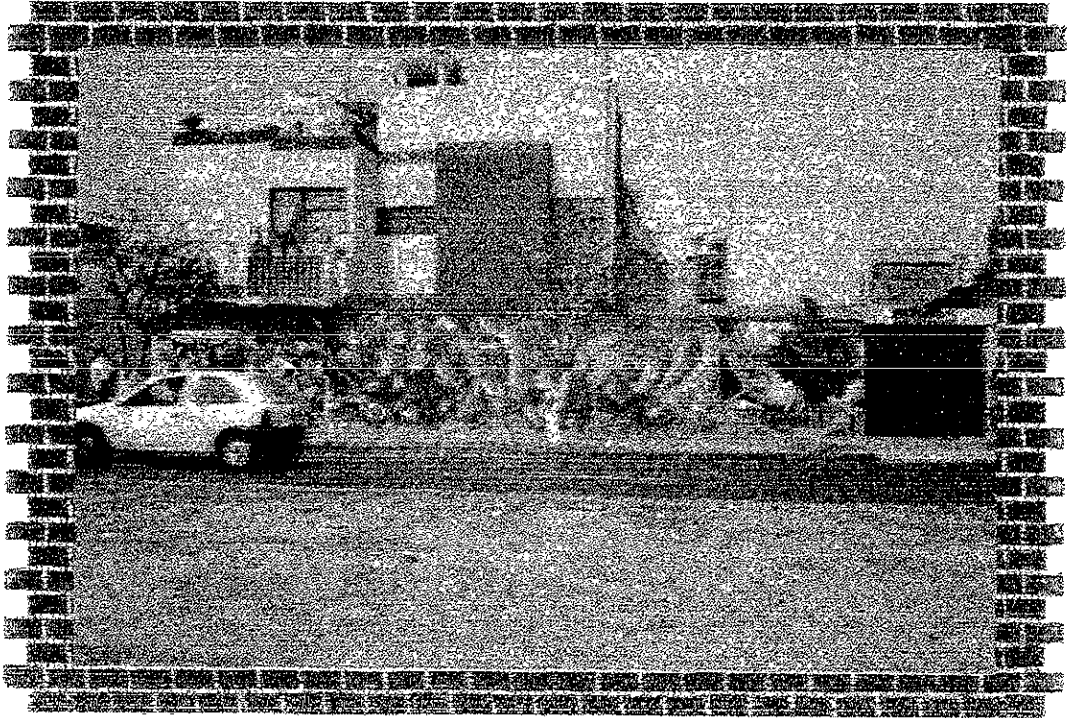
25. Tridimensional

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



26. Tridimensional

México D.F. (Foto: S. Montes) 1999



27. Bestial

México, D:F: (Foto: S. Montes) 1999



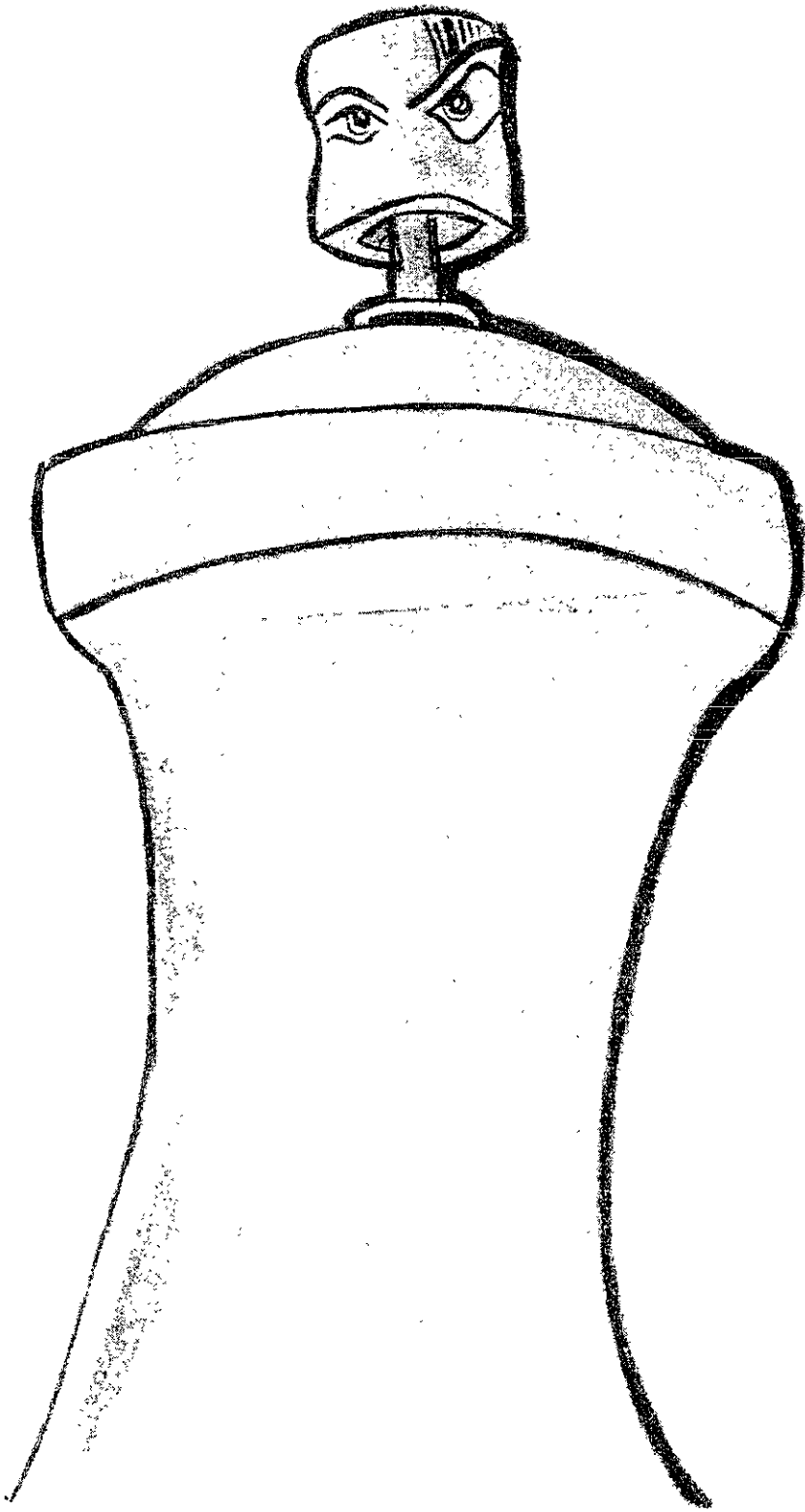
28. Bomba

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



29. Bomba

México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



CAPÍTULO 3

3. ¡QUE HABLEN LOS GRAFFITEROS!

3.1. Testimonios sobre la creación de graffitis, a partir de las experiencias y vivencias de los graffiteros

"Y todo el mundo sabe,
que se vive por siempre
cuando has escrito una línea
o dos".

Anónimo

Oscar "Fly", el señor "Nuke" y el "Radical" se encuentran entre los indicadores, a estos les siguen otros más, conocidos como el "camaleón", "Gatica", "Jiripollo", "Junior", "Tontín" y "Osquín", entre otros; todos ellos son jóvenes estudiantes en su mayoría, cuyo modo de subsistencia es la aerografía, estos se dedican a plasmar en las paredes las llamadas voces de la calle, una actividad muy antigua de trascendencia ilimitada e interminable, pues, quien puede negar que los garabatos primitivos evolucionarían tanto al grado de que estos chavos retomarían nuevamente tales expresiones para dar vida al llamado **graffiti** y considerarlo hasta nuestros días como la voz alternativa en las calles de la ciudad de México.

Los seres humanos en su mayoría, constantemente materializan sus representaciones mentales, es decir, constituyen iconos y mensajes que son dotados de múltiples significados convirtiéndolos así en expresiones informativas, alusivas, subliminales, estas, a su vez forman contenidos alternativos que contienen una impresionante carga ideológica, social, política y cultural, sin embargo razón de más tiene la parábola "muchos son los llamados y muy pocos los escogidos", pues a pesar de que el arte pictográfico no es un medio de expresión limitado, solamente un reducido sector de la población le ha tomado como bandera contra la violencia, injusticia, vicios y corrupción, medio que les permite ser escuchados y además se encuentra al alcance de su economía.

Los medios de comunicación y sus contenidos no se pueden contar con los dedos de las manos, sin embargo, no todos han tenido las mismas connotaciones y funciones dentro de la vida del hombre. En esta ocasión corresponde hablar del graffiti como voz alternativa que se vale de medios poco costosos para transmitir sus mensajes. Este ha tenido una importante trascendencia y cada día, se forja más como una forma de expresión que no puede pasar inadvertida, es decir, los garabatos que en la era de la prehistoria realizó

el hombre primitivo (arte rupestre), y se usara después para delimitar territorios a la fecha se convertido en la voz alternativa callejera.

Debe reconocerse la gran diversidad de medios de comunicación que desfilan continuamente por el mundo, cuyo avance tecnológico es impresionante y aunque muy útiles y sofisticados no todos están al alcance de la población, muchos bloquean o condicionan la imaginación y lo peor es cuando se sabe que sigue dominando a nivel mundial “La ley del más fuerte”, donde los medios se convierten aparentemente en objetos imprescindibles para la humanidad, cuyos fines tienen un carácter económico con beneficio para pocos e infortunio, deseo y fantasía para muchos y así, cuando alguien trata de oponerse a los designios de determinados seres dominantes (“autoridades) en la sociedad inmediatamente son silenciados, entonces hay que poner en práctica todo tipo de alternativa como el hacer que las paredes hablen, griten y canten.

Primero fue el hombre primitivo (las eras paleolítica y mesolítica), después los grafos aztecas, egipcios, grecorromanos y occidentales, más tarde expresiones pictográficas no tan reconocidas que fungieron como medio de comunicación alternativa entre los “marginados” en países como Inglaterra, España, Alemania, Francia, Suiza, Brasil, Estados Unidos y México, donde hoy por hoy transitan un sinnúmero de jóvenes denominados “graffiteros”, (los cuales actúan de manera individual o colectiva en los llamados “crews”), conforman un modo marginal desinstitucionalizado, efímero donde se asumen las nuevas relaciones entre lo privado y lo público, entre la vida cotidiana y la política, ellos constituyen el arte del graffiti.

3.1.1. El graffiti, ¿arte o no?

*“El graffiti es arte
y si el arte es un crimen,
tenemos mente criminal”.*

Anónimo

Responder a esta pregunta no es el objetivo primordial de este trabajo de investigación, sin embargo, tópicos de tal magnitud no pueden pasar totalmente desapercibidos. Las opiniones y posturas de la gente acerca de si el graffiti es un arte o no, son muy diversas, por lo tanto habrán de considerarse como referente algunos comentarios:

El graffiti es una expresión cultural que actualmente está entrando a los terrenos del arte, debido a la cultura pop de nuestros días, tiene además un carácter histórico, social y comunicacional alternativo cuyo contenido puede ser comercial, informativo y/o subliminal, por lo tanto, cabe decir que de acuerdo a la significación que le da cada

persona, el graffiti es ante todo una expresión y si este es considerado arte o no, depende de la opinión de cada quien, pues en diversos casos ni sus mismos autores han decidido como etiquetarlo, tal es el comentario del “Fly” quien dice:

*“...es la gente quien lo ha catalogado como arte, nosotros como no provenimos de una escuela tradicional no consideramos a nuestra actividad como un arte, es la gente la que lo dice: “Oye es que lo que tu haces es arte”. Una definición que yo tengo es que arte es la satisfacción de alguno de nuestros sentidos. Para mucha gente, el graffiti es agradable para su sentido de la vista, aunque en ocasiones, es muy violento”.**⁽¹⁾*

Mientras tanto César comenta lo siguiente:

*“Para nosotros esta expresión del graffiti, es como una ventana que siempre está allí, siempre va a estar ahí la ventana y sólo lo que necesitamos nosotros es abrirla para poder decir y hacer ...pintar y expresarnos qué es lo que sentimos, qué son nuestras inquietudes, porque no sólo el graffiti es una expresión sino un arte”.**⁽²⁾*

A lo anterior se añade la opinión de “Pepe”:

*“Casi siempre cuando empiezas no lo ves como un arte lo ves más como una travesura, cuando eres chico simplemente dices: yo quiero pintar ahí porque casi siempre lo que es en las fronteras es como un delito, se le considera como contaminación visual entonces tú lo debes de hacer a escondidas y dices pues, es como una travesura”.**⁽³⁾*

Pero, ¿y la opinión pública que piensa?

*“Estamos cansados de que pinten en todas partes”, “no estamos de acuerdo con los dibujos grotescos y sin sentido”, “son válidos cuando encierran un buen mensaje”, “son adornos callejeros”, “son expresiones artísticas de los “marginados” o bándalos”.**⁽⁴⁾*

Respecto a los comentarios de la voz popular últimamente se han realizado concursos en diversos estados y municipios de la República Mexicana con la finalidad de evitar que muchos jóvenes sigan “ensuciando” las calles, esto nos lleva a plantear lo siguiente, ¿quiénes son los verdaderos graffiteros?, ¿cuáles son las características que debe tener un graffiti para considerarse artístico?, ¿qué nos lleva a considerar al graffiti como voz alternativa en las calles de la ciudad de México?, antes de contestar estos cuestionamientos es necesario tener en cuenta algunos antecedentes:

Algunas personas consideran que el graffiti no es una voz alternativa, pues piensan que el termino “alternativo” es una “simple moda”. Pero, quizá haya quienes coincidan con este comentario, sin embargo, esta investigación se respalda en perspectivas planteadas por autores como Daniel Prieto Castillo y Máximo Simpson, entre otros, quienes con

sus planteamientos junto con los testimonios de los graffiteros fundamentan la etiqueta dada al graffiti como “voz alternativa en las calles de la ciudad de México”.

El graffiti como expresión artística es una actividad juzgada por su autor y sus observadores, estos últimos, los clasifican quizás, de acuerdo a los espacios en que los han visto plasmados, además de diversas connotaciones.

Anteriormente se mencionó que el graffiti tiene múltiples connotaciones y funciones y que no siempre llevan un mensaje implícito. No existe una ley que indique que los mensajes de estos siempre deban ser positivos o visualmente agradables, en ocasiones resultan grotescos o violentos y hasta indescifrables. Paradójicamente también los hay estéticos, creativos y cargados de interesantes mensajes (no siempre) convertidos en el modo de comunicación alternativa de jóvenes que no tienen los recursos económicos suficientes, ni la oportunidad de comunicar abiertamente sus inquietudes, pues en algún momento de su vida más de uno fueron considerados como “cero a la izquierda” por la forma de vida que llevan.



El graffiti, ¿arte o no?

Tlalnepantla. (Foto:S. Montes) 1998

3.1.2. ¿Y de que hablan los graffiti?

"Puerco policía cuanto asco me das
sólo de ver tu cara me dan ganas de vomitar
si alguien te necesita nunca vas a llegar
y sé que por dinero eres capaz de matar
según tu representas a la autoridad
pretexto suficiente para chingar a los demás.
Puerco policía no te puedo mirar.
Puerco policía cuanto pinche asco me das".

LC DH
HC FC

De latas, "cerdos" y cómics se expresan las paredes, objetos simples y/o abstractos de colores, estridentes, alegres y luminosos plasmados de lado a lado, de arriba a abajo o simplemente una aislada pieza y si "una imagen dice más que mil palabras" los temas expuestos en las paredes son muy variados, pues no todos son mensajes suelen ser grotescos y sin sentido en sus mensajes icónicos y sus inscripciones lingüísticas, abordan tópicos culturales, artísticos y sociales cuyos referentes parten de la arqueología elaborada por los antiguos pobladores de México; personajes teatrales, fantásticos e imaginarios, la diferencia de razas, la marginación a la libre expresión y el abuso de autoridad.



¿ Y de qué hablan los graffiti?

*Tlalnequiltla (foto: S. Montes) 1998

Además, son también motivos de su inspiración los problemas que afectan al hombre y su entorno físico y natural tales como la contaminación, las drogas, anticonceptivos, tabaquismo entre otros.

Otros más abarcan los ocultos sentimientos de sus autores ya sean frustraciones amorosas, detalles románticos para su pareja, amigos, “crews” o familiares o simplemente algún rasgo característico de su personalidad.

“Los problemas cotidianos, la represión, la explotación del hombre por el hombre hasta graffiti dedicado a algún amigo que ya falleció o para la novia”.

*Radical (Graffitero) **(5)*

“Le pinte un graffiti a una chava que era mi novia, lo hice con aerógrafo, era un Mickey Mouse, el nombre de ella y la palabra felicidades pues era su cumpleaños...”. “Lloré al pintar un graffiti en memoria de “Quique”, un amigo que mataron, tiempo antes del incidente le había prometido a él hacerle uno, pero desgraciadamente no le alcanzo el tiempo para verlo...”.

*Fer (Graffitero) **(6)*

“En ciudad Neza junto con otros chavos pinte un mural donde aparecía una sola caricatura, en la que yo pongo una caricatura con una hoja y un cerillo en una mano, entonces la caricatura está viendo lo que es la hoja, se supone que está viendo el boceto que va a pintar tal vez en una pared ¡no!, porque como no hay permiso, entonces llegas tu en la noche con un cerillo o con una vela y estás viendo aquí tu boceto y es lo que vas a pintar ¡no!, entonces ha sido un mensaje para todos los chavos que hacemos esto”.

*Junior (Graffitero) **(7)*

“Me gusta mucho rayar “Mexicano” en Estados Unidos, porque aquí en México pones “mexicano” y lo consideran una nacada...”; “lo que más me gusta dibujar es el calendario azteca”.

*Camaleón (Graffitero) **(8)*

Una gran cantidad de símbolos son representados en los muros desde aquellos que tienen una connotación sacra como la virgen de Guadalupe que no está recuperada desde la perspectiva religiosa, sino a partir de su integración como un referente identificario de la cultura mexicana, la Guadalupeana se reapropia, se resignifica y se vuelve la “jefita” de los barrios, es la madre protectora inscrita en la lógica de la mexicanidad y en ese sentido es como se apropia en ambos lados de la frontera, al igual que otros símbolos religiosos donde por ejemplo el ángel de la virgen, pierde su blonda cabellera y sus rosadas chapas, se baja

la greña, el mostacho y la piocha, es una forma de decir observen, “guachen”, sus símbolos son nuestros, nuestras imágenes son las tuyas, pero no somos tan iguales y al final de cuentas también hay una apropiación simbólica de los elementos que define este discurso nacional.

Otros símbolos son aquellos que se relacionan con la historia patria sobre todo a través de figuras como los elementos prehispánicos (como las pirámides o el Calendario Azteca), la figura indígena o las marcas de la revolución (Zapata y Villa principalmente), imágenes de hombres cuya actividad política desarrollaron en nuestro país como Díaz Ordaz, hay toda una marca que tiene que ver también con las imágenes del terruño reapropiadas que contienen interesantes mensajes y un bello colorido.

Estas imágenes no se plasman solamente en las paredes también llegan a los lugares más inesperados e íntimos de la ciudad, por ejemplo, otro elemento simbólico importante es la vida loca, la vida representada a través de la cárcel, de la muerte y la violencia. Uno de los rasgos más característicos de los movimientos juveniles populares que estamos viendo en esta época tiene que ver con una redefinición de la vida con la muerte y una expropiación de la idea de futuro. (*V. Fotos Págs.94-99*)

3.1.3. Válvulas y latas. Esencias del graffiti

Las válvulas y las latas de spray son figuras esenciales en los graffiti independiente de si su mensaje es icónico, lingüístico o ambos, pero, ¿a qué se deben estos detalles en la voz alternativa callejera?

Las connotaciones referentes a este punto suelen ser muy diversas, quizá muchos habíamos “observado” las imágenes y no nos percatamos de la existencia de tales elementos. Estos par son esenciales en los graffiti, pues llevan implícito un contenido comunicativo, el cual, no todos somos capaces de comprender, por eso, ¡que hablen los graffiteros!

“Simboliza nuestra herramienta de trabajo”

*“WK” (crew) **(9)*

“Señalan una forma de vida”

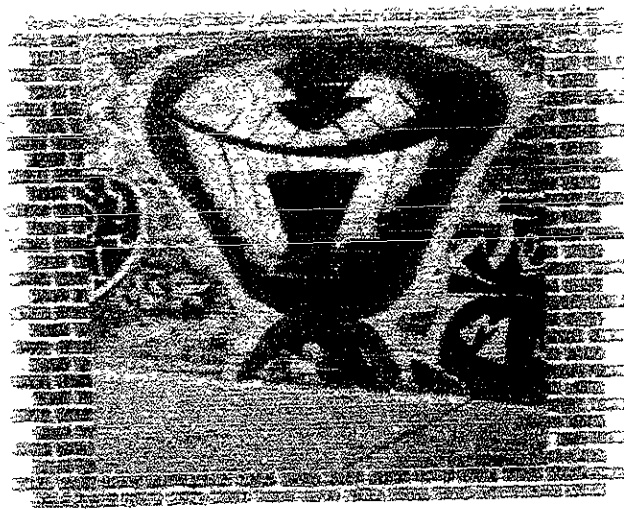
*“LEP” (crew) **(10)*

“Con ello pedimos que nos cedan espacios para pintar”.

*“TNT” (crew) **(11)*

Los artistas del graffiti han promovido la técnica de la lata de spray paralela a la del pincel. Para lograr tal paralelismo, los graffiteros utilizan una variada gama de válvulas, las cuales, les permiten delinear, rellenar y provocar diversos efectos en sus sueños. Así pues, "fat cop", "think" o "old line", "rusto", "alemana", "francesa", "banana fat" y "skinny", entre otras, son algunos tipos de válvulas que les ayudan también a definir, decorar y detallar su estilo.

Por lo tanto, de todos tamaños, colores y formas podremos encontrar estos elementos (lata y válvula) en muchos graffiti, sin olvidar que en cada diseño está implícito el estilo de su autor. Asimismo cuando comencemos a recorrer los pasillos del museo callejero, donde murmullos no cesan de expresar, quizás seamos capaces de explorar y descubrir el mundo de secretos que emanan de las paredes.



Válvulas y latas *Tlalnepamila (foto:S. Montes)1998

3.1.4. Y en graffiti, cholos vs. taggers

En México a finales de los ochenta se comenzó a ver una importante presencia de los Tagers quien a diferencia del cholo, una de sus características centrales es el ambiente transclasista y se va a identificar desde los profesionistas que traen su aerosol debajo del asiento del carro, hasta jóvenes de sectores muy populares que también plantean discursos alternativos, diferentes desde la dimensión de los graffiti que ponen en las paredes.

El tager es transgeneracional y vamos a encontrar desde cuarentones o mayores que también salen a graffitear hasta niños de 7 u 8 años que salen a hacer sus graffiti, es también de hombres y mujeres (aunque la mayoría de sus autores suelen ser del sexo masculino considerando a la mujer como imitadora y continuadora de su expresión) ha

habido en el país “tagers” bastante famosos, grupos muy importantes sobre todo porque el “tager” va a tener que reflejar el nombre del club o grupo al que pertenece y en el caso de la relación de lo que sería la vecindad de los discursos emanados del placazo del cholo y el graffiti de los tagers.

José Manuel Valenzuela ***(1)

En el caso de los cholos el placazo tiene que ver con las marcas muy fuertes de identidad y quien tacha el placazo del barrio o del vato es una ofensa y es un reto público.

“El Arte Acá me permitió darme cuenta
de que llevaba mi Tepito adentro y me
dio la oportunidad de reconocer toda
una serie de valores que están en mí,
en mi familia y en el barrio. Nadie
inventa al barrio, el barrio nos inventa a
nosotros, el barrio es una identidad en él
mismo que nos infiere, nos engendra y
nos pare, nos procrea y le juega al cara-
col, es autogenerable, es hembra y
macho. Nosotros somos productos, ya
después, torpe o inteligente o acusiosa-
mente lo decimos, lo balbuceamos”.

Casco

“El mundo podrá ser tuyo,
pero yo soy mío”.

Uriah Heep
Lluvia.

Existe una disputa por la significación de los espacios que habitamos, por los referentes que van a poblar los símbolos que queremos construyan la ciudad, es una manera de acercárnosla, de volverla más nuestra, una lucha que estamos observando, la cual se va a agudizar de manera impresionante sobre todo con los “taggers”, pero que en el placazo del cholo tuvo una dimensión fundamental, una dimensión que se inscribía a través de símbolos fundamentales como el “number one”, que tiene que ver con un símbolo de poder, de rifar, de armarla.

La “r” que significa rifa, que la puede contra cualquiera y el número “13” cabalístico de buena o mala suerte, de evasión o de integración. digamos en una realidad dolorosa, de drogas o de conformación de aspectos de un impresionante realismo.

La treceaba letra del abecedario es la “m”, la cual, desde la lógica del cholismo tiene dos significados, la “m” de México, por lo cual los grupos chicanos y los grupos de mexicanos en Estados Unidos para ellos son “Barrio 13 rifa” que es lo que el mexicano rifa frente a la “n” o el “14” que utilizan los barrios afroestadunidenses que es norteño.

También la “m” simboliza mariguana y se simboliza con ello la vida loca, vida de evasión, vida de muerte, vida artera, vida de cárcel, vida de quinceadas y de largas temporadas en la pinta

José Manuel Valenzuela ***⁽²⁾

“Mensajes cifrados
voces que emanan de las paredes”.

Anónimo

El graffiti en la medida que se conforma en elemento simbólico que identifica al barrio se convierte también en referencia desde la cual se desata la violencia simbólica, para atacar un barrio hay que destruir su “mural”, entonces esta destrucción también se convierte en detonador de lo que ha sido la rivalidad entre los barrios, entre cholos.

En el tager se encuentran diferentes manifestaciones, pero lo más común es que cuando los tagers tienen el mismo apodo o un tager se pone arriba de otro lo que se produce son retos que se traducen en bombardeos en donde se da un periodo, puede ser una semana y gana el que haya realizado más graffiti o el que haya realizado los mejores graffiti, los más audaces, los más osados, los más vistosos, etc.

3.2. Y se hizo el graffiti. Diversas concepciones sobre el graffiti, según los graffiteros

“El graffiti entra por la vista
y te llega al corazón”

Fly.

“El graffiti es tener la pintura, no necesitar la brocha, no necesitar elementos externos, es la pintura condensada, el hecho de dirigirse a la superficie directamente, tenemos la velocidad para pintar, entonces son unas bases que el arte del graffiti que no se han tomado en cuenta. Se han hecho obras con plantillas y cosas así, pero como graffiti tiene un gran problema, la gente que por lo general lo hace es de nivel sociocultural bajo, gente de los suburbios, entonces, tiene la oportunidad de expresarse y no saben que decir ¡y es tremendo! , yo lo equiparo con el programa de televisión “La Cabina”, tienes 30 segundos para dirigirte a 90 millones de mexicanos y la gente se pone a cantar”.

Señor “Nuke”.(Graffitero)**⁽¹²⁾

La gente cuando escucha la palabra graffiti piensa en algo bandálico o relacionado con el terrorismo, sin embargo, no todo mundo piensa lo mismo, tal es el caso del “Radical” uno de sus atores quien dice:

Hay dos formas de graffiti

- a) *el graffiti expresivo, lo que es arte. Nosostros lo llamamos así.*
- b) *el graffiti bandálico lo que es para diferenciar, ahora sí que para delimitar territorio.*

*Radical(Graffitero)**(13)*

El graffiti es cien por ciento urbano, algo que a tí te nace sin llevar alguna norma de algún partido, tú haces lo que tú quieras, tú expresas lo que tú quieras.

*Gatica(Graffitero)**(14)*

Graffiti es la forma de expresar lo que yo siento.

*Osquín(Graffitero)**(15)*

El graffiti es uan forma de expresión, es el nombre que lleva la técnica del aerosol para hacer pintura o murales.

*Pepe(Graffitero)**(16)*

Un graffiti es una obra plasmada en un lugar público, en una pared pública donde todo mundo la ve, los graffiti son mensajes, dicen muchas cosas y son una obra en relieve con letras especiales, pero son mensajes.

*Mariela Pérez**(17)*

El graffiti es poder abordado, el origen mismo de la palabra graffiti puede ser de cualquier escritura,...en el caso de los “cholos” es aquel que tiene que ver con una propuesta elaborada...”.

*José Manuel Valenzuela**(18)*

En conclusión respecto a las definiciones externadas por los graffiteros podría decirse que el graffiti es una expresión utilizada como medio de comunicación plasmada en las paredes usando como únicos recursos los muros y el aerosol.

El graffiti contiene una carga ideológica impresionante, este es utilizado para delimitar territorios, expresar inconformidades, inquietudes o simplemente plasmar un mensaje de libertad, emoción o sentimiento, ya que son muy variados tanto a nivel imagen como lingüístico.

Las calles están maquilladas, ellas provocan sonrisas, desencanto, ansia, inconformidad, algunas te transportan a lugares no imaginados, sobre todo cuando viajas por ellas a solas, otras te cantan, gritan o simplemente te hablan, sin esperar respuesta y aunque no todas están dirigidas al público en general son voces callejeras que no pasan desapercibidas.

3.3. Graffiti: Voz alternativa en las calles de la ciudad de México

"...vamos viendo del mundo de fuera lo que nos han enseñado a mirar y nuestros ojos no son tan puros como quisiéramos ni tan virginales como deseáramos, porque la educación les ha ido poniendo escamas opacas que difícilmente dejan pasar la luz tal cual es, ya que del espectrum de los colores, unos ojos captan los rojos y otros se conforman exclusivamente con los ocre".

Horacio Jaramillo

La juventud es un concepto vacío de contenido y sólo adquiere un sentido en la historicidad y en el sector social que lo puebla, lo habita y le da sentido a sus sentidos. Las realidades son heterogéneas en un país como el nuestro donde las poblaciones de altos ingresos pueden mantener un "look" y estilo de vida juvenil hasta los cuarenta y tantos años, mientras que en el campo, las comunidades campesinas adultecen prematuramente a los 8, 9, 10, 11 años de edad.

Un elemento social asociado al mural será el graffiti, que ha sido una marca ancestral muy antigua. Algunos antecedentes de esa dimensión del mural como recurso de expresión de los sectores desposeídos y subalternos, de quienes no tienen el acceso ni el control de los medios masivos de comunicación y por lo tanto, el mural al igual que la tradición oral se convirtió en la voz de estos sectores, el lienzo donde se plasmaban necesidades, leyendas.

El graffiti ha sido una marca ancestral una marca muy antigua, hoy se señalan algunos antecedentes de esa dimensión del mural como recurso de expresión de los sectores desposeídos de los sectores subalternos de quienes no tienen el acceso ni el control de los medios masivos de comunicación y que por lo tanto el mural al igual que la tradición oral se convirtió en la voz de estos sectores, el lienzo donde se plasmaban necesidades, leyendas por su adscripción simbólico-étnica como miembros de un grupo social que tiene un estatus subordinado en el contexto de una sociedad con una división muy fuerte sociocultural de oportunidades como lo es la estadounidense.

"Ciudad de México. Paredes de una ciudad, policromía desordenada, fría y desolada. Paredes desnudas que muestran el paso del tiempo. Color aplicado y salpicado

sobre superficies de tabique, concreto, adobe y láminas lisas y acanaladas. Paredes comúnmente llamadas bardas; muros que ocultan una verdad, una fealdad que ha dejado el tiempo, el descuido, la erosión, el olvido. Paredes que son lenguaje y expresión de románticos, de audaces, de sarcásticos, de comerciantes y sobre todo, de inconformes que habitan la ciudad más cara, repleto de desudas y contrastes del hemisferio occidental”. *(1)

En nuestro país el uso y empleo de este fenómeno del muralismo graffitista es común y no nos extraña encontrarlo en las calles de nuestra urbe, principalmente en las zonas marginadas.

Los graffiti en nuestra ciudad reclaman al desequilibrio social, a las tensiones, a las crisis, no nada más económicas, sino también emocionales, que en suma juzgan y contestan todo un estado de cosas.

En la ciudad de México, el graffiti utiliza un lenguaje altamente expresivo, denota imágenes y leyendas difíciles de comprender en primera instancia; si pensamos en las motivaciones que impulsaron a emplear ciertos elementos que se desprenden de un desacuerdo o de una opinión política, social, cultural, entre otras.

A pesar de su existencia, actualmente las pintas en nuestra urbe se diferencian unas de otras; sus mensajes y dibujos de una zona popular son distintos a los de un lugar dotado de todos los servicios, sus proclamas son de acuerdo a sus necesidades, inquietudes y malestares.

“Sí te das cuenta a partir del nombre sabes que rollo con la banda, su estrato social y de alguna manera su concepción de la vida y su barrio. En las colonias de clase media la mayoría de los nombres son en inglés: Sasson, en la Condesa; los Lords, en las Arboledas; The ponks sisters, en Polanco, y mamadas como Leidis, Los Pinks Floyds y un chingo más. Y aquí te encuentras con los verdugos, Los Lacras, Los Frijolitos, Los Malos, Las Capadoras, Caníbales, Farderos, Piojitos, Chincholes, FZ5000 (saca), y dos tres más”. *(2)

La problemática de estos barrios es que sus habitantes como protagonistas como protagonistas de los mismos viven el clímax de distintas situaciones como los “apañones”, el desempleo, la ignorancia y por consiguiente la marginación; todo ello da, tal vez, como resultado el no saber expresarlo verbalmente, por lo que se busca y se encuentra el medio, si no adecuado, el más inmediato para el desahogo común.

De pantalón “guango” (tres o más tallas extras fuera de lo normal), camisa ancha de franela a cuadros y playera de algodón, con o sin gorra, calzan zapatos de exagerada suela y en los oídos, nariz, labios o cejas un pequeño arete o una discreta arracada, ¿y en las manos? unas cuantas pulseras de cuero, así se conforma su atuendo. En ocasiones visten sudaderas de lana con gorro que semicubren sus ojos, lentes y/o mascarilla de buzo, su

cabello suele ser corto o largo muy lacio con frente despejada. Su arma inseparable y fiel compañera; una lata de spray , ¡ah! falta lo esencial, su imaginación creativa y despierta, cuyo campo de ataque serán las paredes.

Ellos son jóvenes estudiantes en su mayoría que, cansados de la represión autoritaria y de la falsa conciencia se han encargado de dar vida a los muros de la ciudad hasta lograr que de ellos emanen voces, cantos y alaridos tornados de un contenido estético, informativo, anónimo, social, subliminal y comunicacional, ¿se sentirán marginados?, sí unos cuantos, lo demás suelen ser chavos frustrados, “incomprendidos” y porque no uno que otro artista ambulante.

3.4. Breve Relato

Decidió hacer un recorrido por la ciudad de México, este personaje se sentía solo y confundido en la inmensidad del universo simbólico creado por su mente, perdido en un caos indescifrable, impredecible y con matices de abstracto denominado realidad. Le hastiaba escándalo, la violencia, los abusos e impertinencias de la sociedad, tanta cotidianidad ¡que asco!, se sentía capaz de romper con los patrones establecidos de los entes disfrazados de bondad y aparente fortaleza, de cuya ambición revestían sus plumajes ¡pobres e indefensas aves! cubiertas de postizos linajes preciosistas.

El protagonista de este texto es un ser relativamente sereno, aislado e “inocente”, con una aparente ingenuidad visual; en esencia, otro sujeto libre que vive entre cadenas, sin embargo, nadie a la fecha ha logrado vejar su imaginación y, como todos los seres humanos es un sentimental con corazón de acero y objetivos medianamente bien cimentados, con anhelos y múltiples aspiraciones, en fin dejemos de adornar al supuesto personaje principal, cuya vocación no será aplanar calles, sino simplemente surcar por las avenidas pavimentadas y vueltas a repavimentar en sus ratos de ocio, cuando..., repentinamente..., observa a un par de jóvenes deslizar por sus manos una lata de spray extraída de aquel sucio morral que comúnmente llevan cargado por la espalda y en cuestión de segundos rayan, pintan, maquillan sin piedad aquel muro callejero hasta hacerlo protestar, gritar, cantar.

“Cerdos” transformados en policías, cómics distorsionados, latas y más latas, ¿vomitados? muchos y el buen diseñador les acompaña con un “tag”, en fin, una gran cantidad de mensajes circulan por toda la ciudad, como chismes de barriada, como la sangre bombeada por el corazón en las arterias dispersas en el cuerpo, como una voz convertida en eco sonoro y profundo en el vacío, así se hallan los graffiti y probablemente “esos” pacientes graffiteros así lo hagan trascender.

No se trata de envolver al lector en un tedioso texto dramático salpicado de sensibilidad, pero es necesario decir que nuestro personaje quedo impresionado con tal escena, quizá porque algunas veces también sintió el deseo de hacerse notar, de expresarse “libremente” ,

de delimitar y reafirmar su territorio y no ser un “marginado”, “reprimido”, y en ese instante no encontró el medio adecuado para comunicarse, posiblemente sus voces no trascendieron, quizás se truncaron en aquellas secas páginas de sus cuadernos, que si no fueron devoradas por larvas se han de haber vuelto a reciclar.

¡Qué valor!, ¡qué destreza!, ¡cuánta agilidad la de esos chavos! pronuncio en silencio nuestro personaje, sólo bastó un breve instante y aquel muro cobró vida (no lo podía creer), en fin, tanta estridencia bien puede captarse (lo digo por los cálidos colores), en cuanto a forma resaltó la perspectiva y la técnica visual, ¿y en el contenido?, voces interiores clamando libertad, inconformidad, y un poco de arte a la libre elección del observador ¿o no?.

El protagonista decidió aproximarse a donde la imagen había sido plasmada para identificar algún supuesto autor, ¿cuál fue su sorpresa? anónima le resultó, ¿letras deformes?, ¿garabatos? mensajes rescatados de la imaginación, que hoy en día han sido considerados, algo así como “miadas de perros “callejeros”!, pues delimitan territorios, ¡más triste!, ¿cuándo dejaremos de ver y aprenderemos a observar?, ¿cuándo nos dispondremos a dejar de oír y sabremos escuchar, cuándo...?.(Soliloquio de este actor).

*

*

*

Aún no se ha borrado de mi mente aquel tan terrible escenario que me llevo a explorar otro pasaje oculto correspondiente a la realidad y es que estamos tan acostumbrados a cargar involuntariamente con un guía, cual ciegos de verdad.

Hace algunos meses ¿no sé cuantos?, a través de contados medios impresos (no hablo solamente de periódicos oficiales y/o locales sino también de medios alternativos tales como las hojas volante) un grupo de “autoridades, “¡preocupadas!” por los jóvenes de nuestro tiempo (específicamente por aquellos encargados de manifestarse en las paredes), les convocó a una serie de concursos realizados en diversos estados y municipios, pues había quienes consideraban que esos chavos estaban ensuciando la ciudad (no sé por qué los partidos políticos y los anuncios publicitarios han manchado de manera inmisericorde la mayoría de las bardas del país) y no le manejaron quizá como un medio alternativo a la tan sonada pinta de bardas, en fin.

No se trata de inclinar la balanza hacia un solo lado, también debe reconocerse, efectivamente, que muchos jovencitos se han encargado de disipar sus frustraciones mutilando todo lo que encuentran hasta la vida de la cual han dotado a las bardas . En el estado de Morelos se efectuó uno de los concursos y solamente dieciséis graffiteros aproximadamente fueron los participantes, y entonces ¿los “taggers” no pasan de hacer rayas y más rayas sin sentido alguno?, pero tenemos la otra cara de la moneda, en el Estado de México se han llevado a cabo muchos recursos de esta índole, entre los últimos se halla el de Naucalpan.

En julio se convocó a todos los jóvenes interesados en la pista de bardas a concursar, ofrecieron gratificaciones y una serie de reconocimientos a todos los participantes y se dijo que la entrega de dichos premios se realizaría en septiembre, días después la fecha acordada se pospuso para el mes de noviembre, se dijo que sería gratuita, sin embargo, se gestó una involuntaria cooperación que rondaba entre los veinte y treinta pesos, esto porque asistirían al evento algunos grupos musicales representativos de "ska".

21 de noviembre de 1998, parque Naucalli, ¿cita? a las cuatro de la tarde aprox. Más de 500 jóvenes de entre 12 y 18 años esperaban con ansia fuera del foro Felipe Villa nueva, al fin, cinco de la tarde se abren las puertas y de uno en uno pasan todos a la "bascula", casi cinco y media foro semiabarroto y el primer grupo hace gala de su aparición, su intérprete baila y canta a ritmo de "ska" ¿y el público? ¡aburridísimo!, ¿y los graffiti ganadores a qué hora serán premiados?...

¡Uf! después de cuarenta minutos se procede a la premiación con una mínima duración menor a los diez minutos realizada entre rechiflas e insultos, más tarde otro grupo musical se presentaba en el escenario con un ritmo envolvente, violento y atractivo para aquellos que gustan del "ska", toda la "banda" desciende de las gradas como las olas del mar al sobrepasar los arrecifes y contagiosamente la mayoría de jovencitos comenzaba el ritual de: aventones, brincos, empujones, playeras y unos cuantos pantalones de los asistentes, ¿latas? Si, muchas (¡pues no que habían registrado bien!), en fin, creo que a las autoridades organizadoras se les olvidó el objetivo de su concurso y ¿el graffiti dónde quedó?. Espero que en los siguientes eventos de esta índole se prevean todos los recursos y sea realmente algo formativo y cultural.

Citas de pie de página (libros, periódicos y tesis)

- * (1) Siller, David. *Uno de estos días*. Ed. Plaza y Valdés México, D.F. Págs.30-36.
- * (2) Ocaña Hernández, Sara. *Gritos de urbanidad (el graffiti en nuestra ciudad)*. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán. Edo. Méx. 1993. Pág. 31.

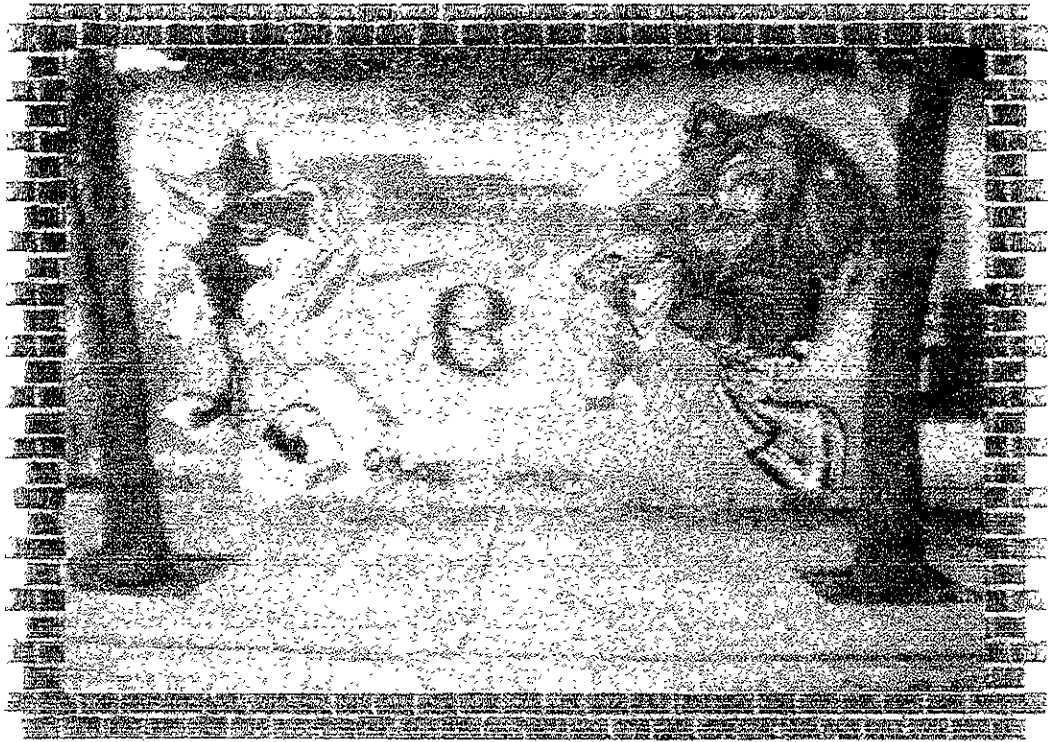
Citas de entrevista

- ** (1) Entrevista a "Fly" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (2) Entrevista a César Oct. 1997 Radio Red.
- ** (3) Entrevista a "Pepe" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (4) Entrevista a "transeúntes" Marzo 1998 Cuautitlán Izcallí.
- ** (5) Entrevista a "Radical" Octubre 1997 ENEP Acatlán.
- ** (6) Entrevista a "Fer" Octubre 1997 ENEP Acatlán.
- ** (7) Entrevista a "Junior" Noviembre 1996 La lagunilla.
- ** (8) Entrevista a Germán Fonseca "Camaleón" Abril 1998 Naucalpan.
- ** (9) Entrevista a graffiteros del crew "Wall Killers" (WK) Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (10) Entrevista a graffiteros del crew "Libre Expresión Popular" (LEP) Oct. 1997 Radio Red.
- ** (11) Entrevista a graffiteros del crew "Tribu Nueva Tenochtitlan" (TNT) Dic. 1997 Azcapotzalco.
- ** (12) Entrevista a "Sr. Nuke" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (13) Entrevista al "Radical" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (14) Entrevista a "Gatica" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (15) Entrevista a "Osquín" Noviembre 1996 Radio Red.
- ** (16) Entrevista a "Pepe" Oct. 1997 ENEP Acatlán.
- ** (17) Entrevista a Lic. Mariela Pérez. Julio 1998 Naucalpan
- ** (18) Entrevista a Lic. José Manuel Valenzuela Octubre 1997 ENEP Acatlán.

Citas de conferencia

*** (1) Lic. José Manuel Valenzuela. *Morir para vivir. Graffiti en memoria de la raza.* Oct. 1997 Centro Cultural Acatlán.

*** (2) *Ibidem*



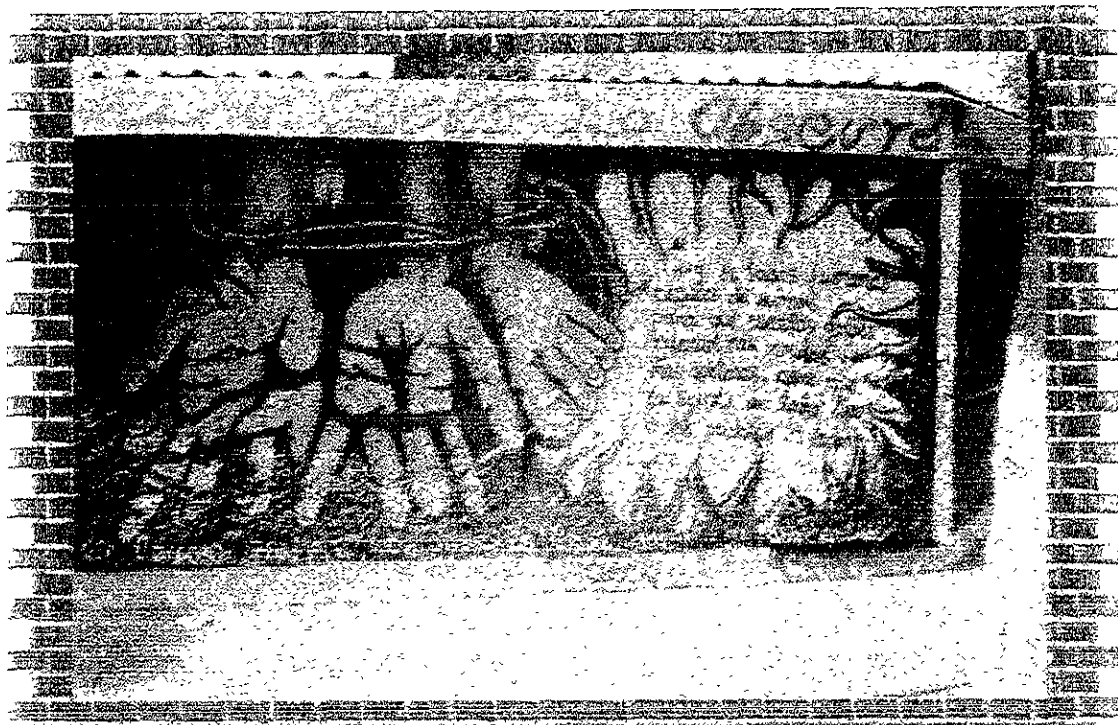
1. De "la autoridad"

Tlalnepantla (Foto: S. Montes) 1998



2. Los amigos destacados "El humo"

Aragón (Foto: S. Montes) 1999



3. La unidad. Problema social

Cuautitlán Izcalli (Foto: S. Montes) 1999



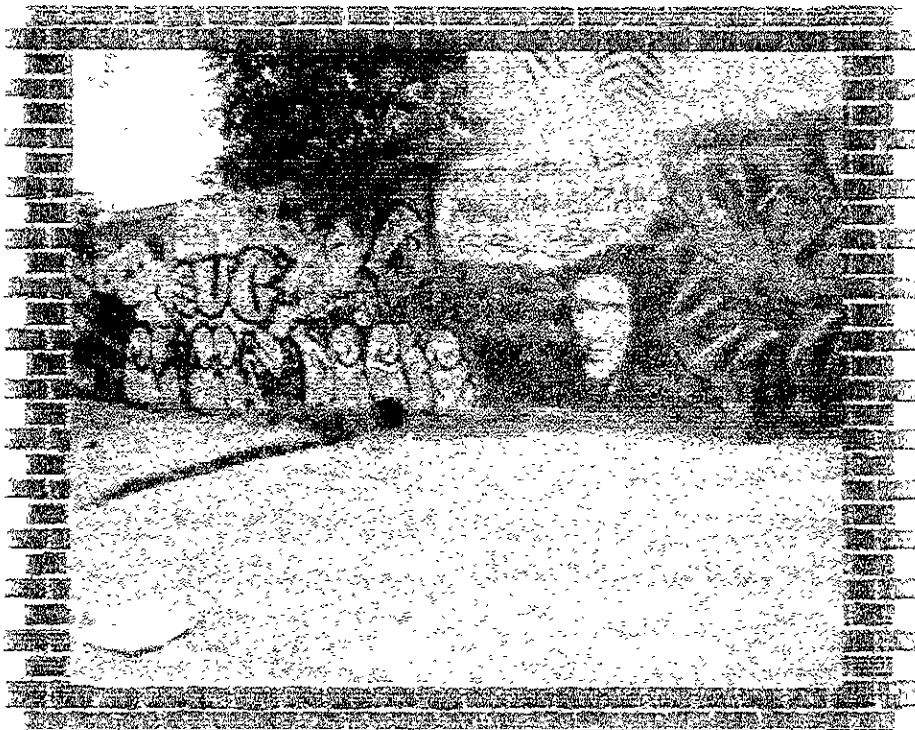
4. La libertad y la lucha. Histórico

Tepito (Foto: S. Montes) 1997



5. A la novia

Neza (Foto: S. Montes) 1999



6. Personajes históricos "El Che" México, D.F. (Foto: S. Montes) 1999



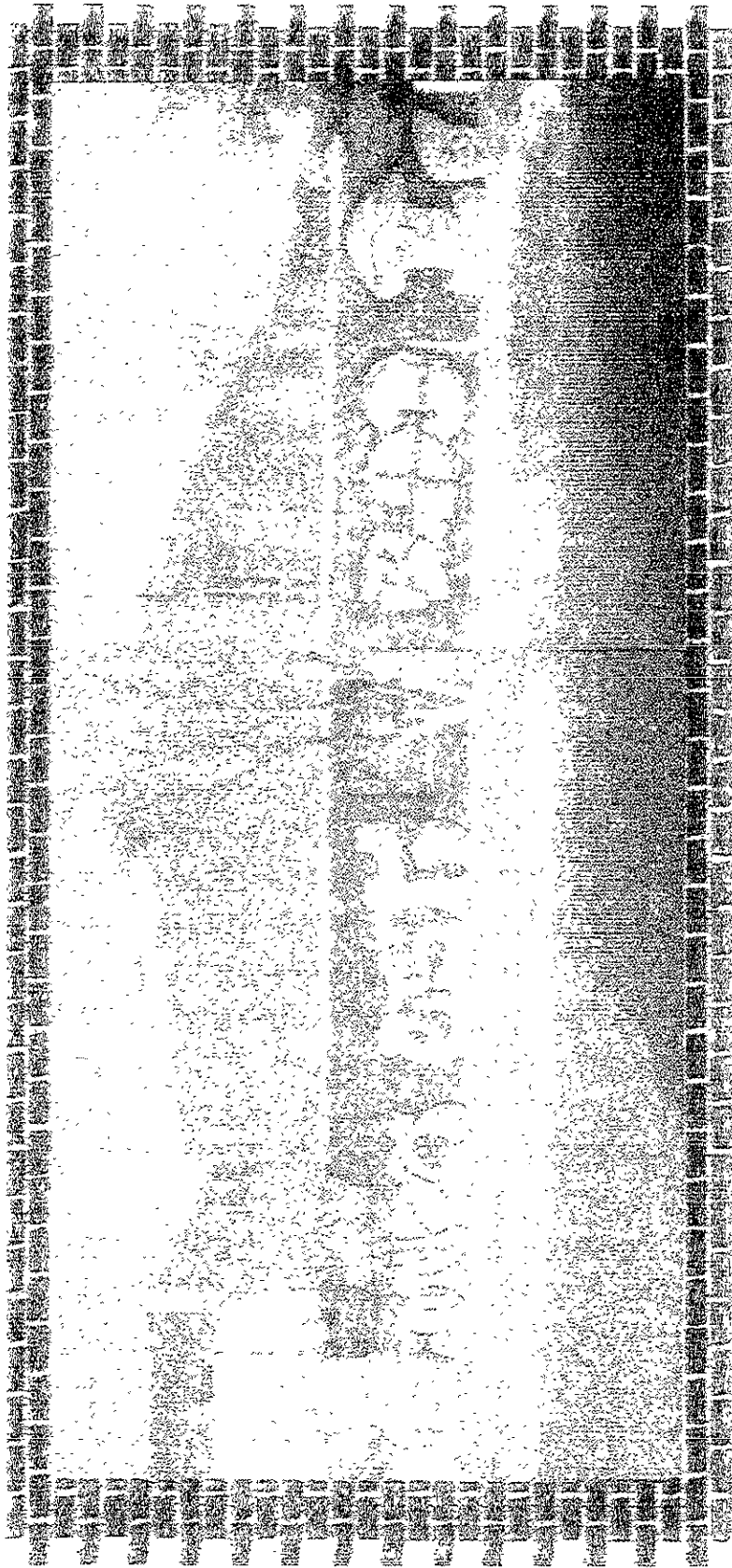
7. Los jóvenes

Cuautitlán Izcalli (Foto: S. Montes) 1999



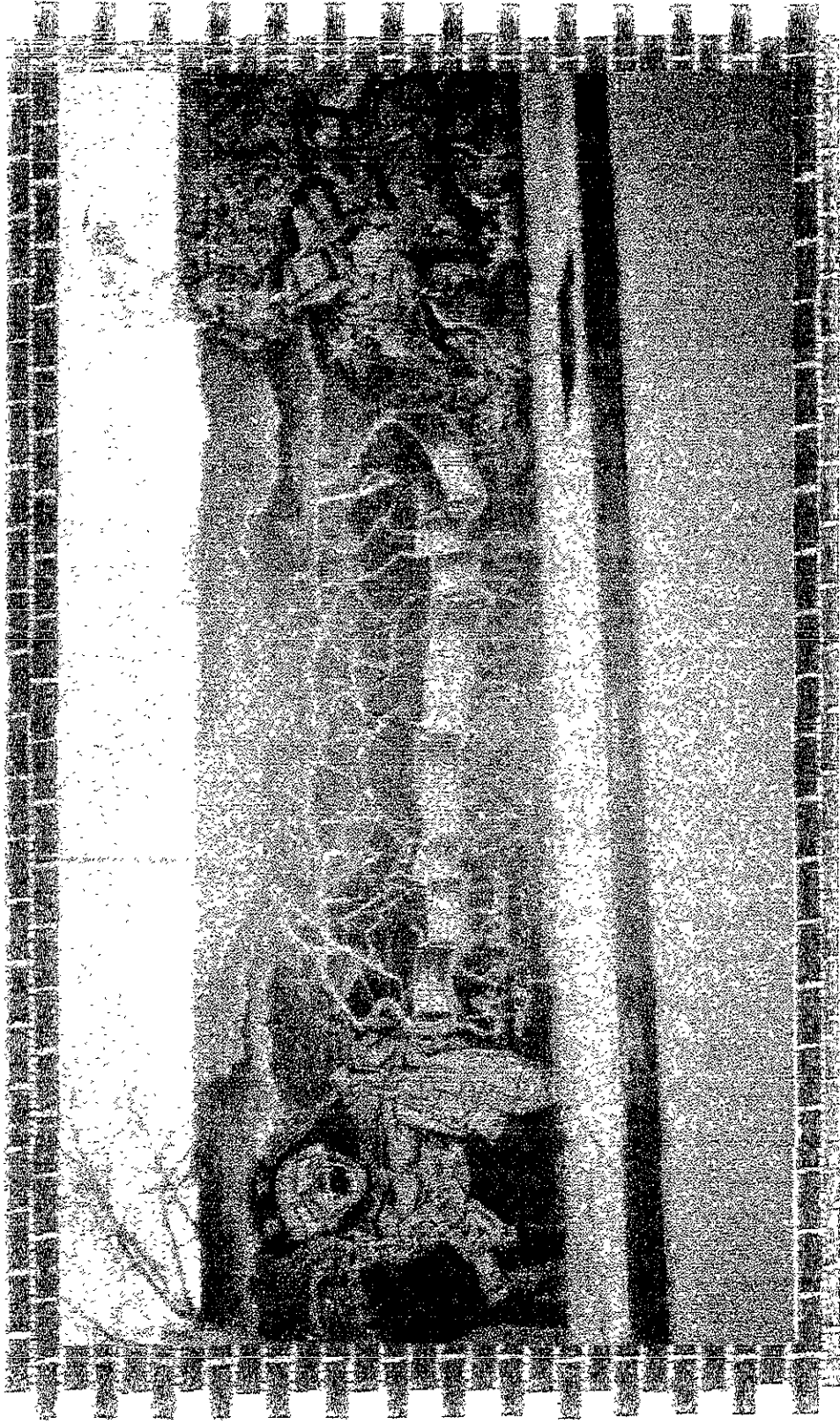
8. Los "crews"

Aragón (Foto: S. Montes) 1999



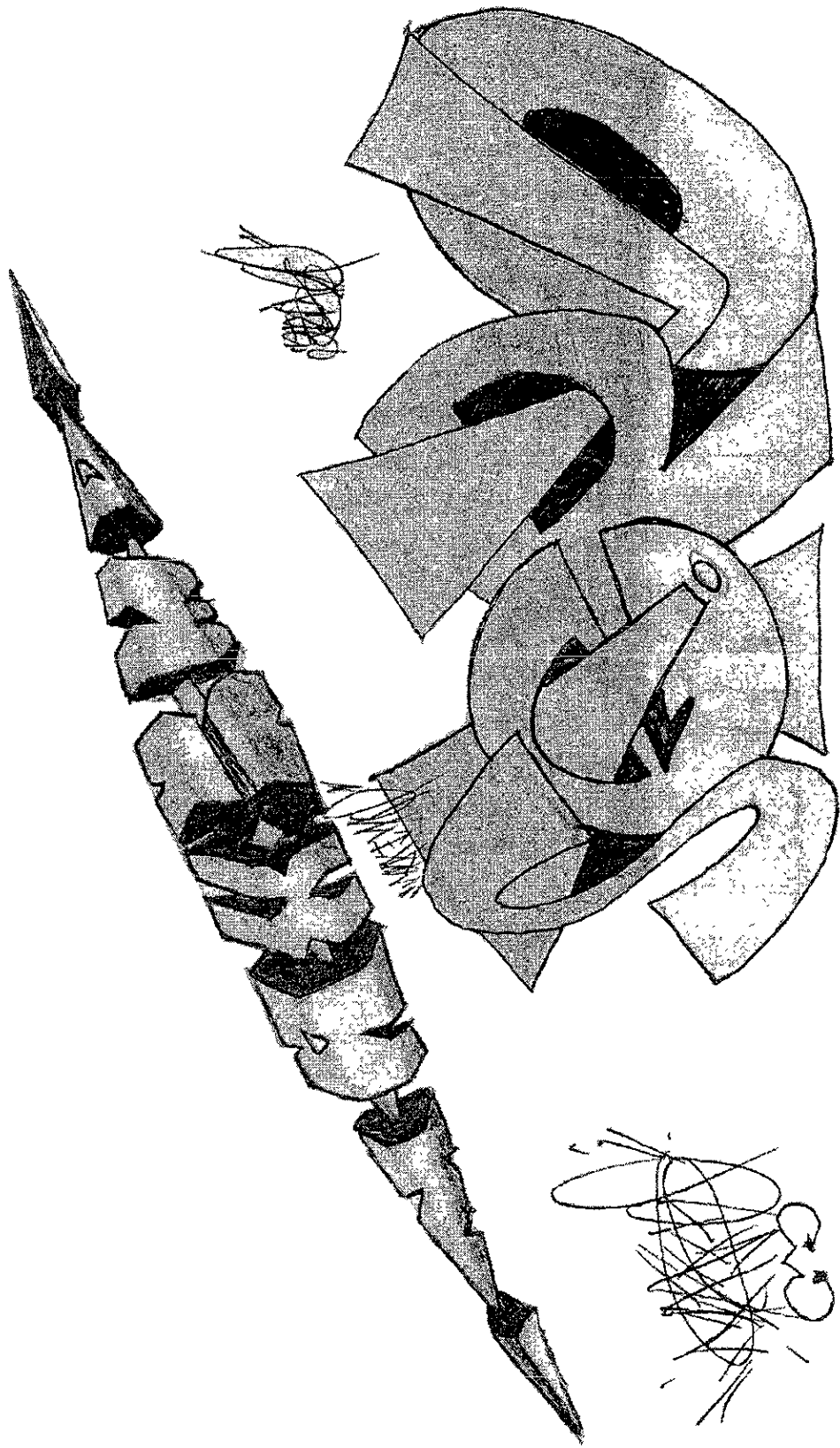
Cuautitlán Izcalli (Foto: S Montes) 1999

9. El estilo de pintar



10. La libertad. Problemática social

Tlalnepantla. (Foto. S. Montes) 1998



CAPÍTULO IV.

4. EL FUTURO DE LOS GRAFFITI

4.1. Alcances y limitaciones del graffiti . Voz alternativa

"Tú espera y verás...
El graffiti
volverá a seguir otra vez".

Castleman Craig.

En la actualidad el graffiti ha cobrado un auge aparentemente importante dentro de la sociedad, es decir, este modo de comunicación alternativa se ha empleado desde muchos siglos, se le han dado usos diversos y desde el hombre primitivo, los jóvenes y las instituciones más reconocidas se han valido de él, considerarlo como medio de vital importancia para difundir sus mensajes, sus servicios y o productos.

"Se supo recurrir a la diagramación, al aviso callejero de tamaño normal o gigantesco (de esos que cubren edificios de varios pisos en ocasiones determinadas), es decir, se produjo el redescubrimiento o la adopción de las formas de publicidad de los países capitalistas aunque con diferentes contenidos, a veces antitéticos". **(1)*

Una gran cantidad de empresas publicitarias o no, se han valido de este medio para captar la atención de su público, ahora el graffiti no es una expresión que sólo pueda proyectarse en espacios determinados, sean las bardas o vagones del metro, también los rótulos, los anuncios televisivos (en escenografías de programas musicales y en las telenovelas), en el cine, escenografías la ropa, las fachadas de interiores de almacenes, antros, edificios, ilustraciones en revistas contienen este tipo de mensajes. Emplean su colorido, su estilo y su tipografía como una nueva moda con el objetivo de identificación con su público (particularmente, los jóvenes).

"Los experimentos culturales de los jóvenes corren siempre el riesgo de putrefacción comercial, con lo que se disipo la fuerza de su protesta. Los experimentos culturales atraen el interés frívolo y voluble de estos diletantes de la clase media". **(2)*

El graffiti podría considerarse una moda correspondiente quizá sólo a un sector social determinado, cuyo contenido resulta ofensivo, violento, incomodo, grotesco y otros calificativos más, pero, cabe decir, que es también comunicación alternativa de carácter

estético, cultural, artístico y social, que van más allá de una simple raya, mancha o marca aparentemente imborrable. Los graffiti también conforman un modelo artístico estético y profundo.

En diversas comunidades se han desatado los llamados “taggers”, sujetos deformadores de la intención y significado real de expresiones populares como es el graffiti y son además aquellos quienes se han encargado de bloquear su difusión hasta hacer pensar que el graffitear pueda ser una actividad decadente, sin embargo, no se descarta la posibilidad de que cuando los “taggers” logren desahogarse totalmente (es decir, que dejen de plaquear), entonces los graffiteros puedan trabajar más abiertamente y su actividad artística sea reconocida y analizada con la seriedad que merece.

Lo anterior podría fundamentarse en lo siguiente: La mayoría de bardas de nuestra ciudad se encuentran pintarrajeadas y no precisamente con detalles agradables (las rayas o los placazos son evidentes). Su maquillaje aunque no siempre es escandaloso en ocasiones resulta burdo, indescifrable y absurdo.

Tras la queja de muchas comunidades, autoridades municipales correspondientes a diversos estados de la República, se han encargado de convocar a sus anónimos autores a participar en una serie de concursos, otorgando premios que motivan a los ganadores, asimismo se ha descubierto que es un número reducido de personas (hombres y mujeres) los que realmente hacen del graffiti una actividad diferente, creativa, alternativa e interesante, además también se ha conformado como medio visual de comunicación. Por lo tanto, los “taggers” han quedado en segundo término, aunque menos relevantes, algunas de sus expresiones también llevan implícito un mensaje.

El graffiti también ha logrado catalogarse como medio de información óptico, por lo que está creando una “nueva” manera de comunicar e informar, diseña la realidad de lo que nos afecta, por ejemplo: la drogadicción, el alcoholismo, el aborto, la diferencia de razas, la violencia, la contaminación, etc. Asimismo también se plasma en ellos contenidos de interés social y o particular que van desde un sentimiento (amores frustrados, el detalle para el ser amado, a los cuates del “crew” o bien el dedicado al amigo difunto) hasta un mensaje de paz o bien que exalta valores culturales (piezas arqueológicas como el calendario azteca o pirámides).

“Infrecuentemente es, por lo tanto, la verdadera heterodoxia social en la comunicación de los graffiti, si bien tal heterodoxia es inherente a dos importantes provincias de este medio de expresión: la homosexual y la escatológica. Lo cual nos llevaría a una reflexión acerca del carácter predominantemente conservador de esta escritura y a una consideración del graffiti como lenguaje social destinado a una autogratificación de índole predominantemente conformista”. *(3)

Por lo tanto, se considera al graffiti, como mensaje con vocación persuasiva y trascendental ante la sociedad.

La popularidad adquirida por el graffiti en esta década aparentemente podría resultar pasajera sin embargo, sigue siendo un modo alternativo de comunicación callejero y probablemente tenga una importante trascendencia. Anteriormente ya se dijo que no se trata de una simple moda que viene y se va; sino de la verdadera necesidad de manifestarse -lo que da lugar al uso de estos mensajes, es decir, tópicos de tipo social, político y hasta cultural o sentimental.

Muchos graffiteros y taggers han sido considerados y tratados y tratados como delincuentes (la vivencia física ha generado violencia visual), esto es quizá por que el graffiti es un tema poco explorado y analizado. Por lo general, se aborda el tópico desde un punto de vista negativo. Por lo tanto, para poder juzgar bajo argumento sí la elaboración de este es o no un crimen podría estudiarse bajo perspectivas distintas y llegar a un acuerdo donde se estipulen una serie de opciones que apoyen este arte(se reglamente) y cuales serían legalmente sus límites.

En Neza, en Aragón, y otros lugares la gente ya solicita el servicio de los graffiteros para que pinten sus casas, pero, ¿y las autoridades qué tipo de apoyo ofrecen (espacios, aerosoles, un sentido y reconocimiento no superficial, etc.)?. Es una lástima que en arte los museos hayan tenido que trasladarse a las calles y a su vez este sea calificado como un crimen, una simple “moda” asimismo muchos jóvenes lo usan de manera negativa.

4.2. ¿Qué les depara el futuro a los graffiti?

“Se puede saltar a la fama
de muchas maneras diferentes.
La manera más rápida, claro está,
es la fama instantánea
que alcanzan aquellos escritores
que han tenido la suerte
de que su obra quedará inmortalizada
en los medios de comunicación”.

Castleman Crai

“El arte del graffiti no puede quedarse en los mismo siempre,
pues también está en constante movimiento
y no puede parar”.

Anónimo

El graffiti como forma de comunicación alternativa no es una expresión innovadora, moderna o exclusiva, ha sido y es la voz alternativa en las calles de la ciudad de México.

Puede o no ser probable que el graffiti continúe sobreviviendo, sin embargo, la trascendencia que ha tenido no se puede ocultar, específicamente, es difícil vaticinar el futuro de los graffiti hechos por “crews”, los cuales, son muy diferentes a los institucionalizados, a los primeros les falta difusión, apoyo para su elaboración (espacios, spray), permiso para pintar, reconocimiento, valoración artística, aceptación social, entre otras características, a los segundos, en su mayoría les hace falta, contenido cultural, agradable y menos comercial.

El graffitero junto con su obra podría alcanzar una fama respetable, que hoy por hoy, se ha visto relativamente trunca debido a las “travesuras” (absurdos mensajes) de los “taggers”, estos últimos quizá sólo han escuchado la palabra graffiti, o bien, observaron unas cuantas imágenes en el cine, en los comerciales o las series televisivas y trataron de imitar, afectado así no sólo a los “crews”, sino a todas las comunidades en general.

Elaborar un graffiti no resulta una actividad sencilla, sus autores consideran que deben fijarse ciertos objetivos antes de actuar, entre ellos, plasmar un mensaje cuyo contenido sea relevante, formativo, interesante, atractivo, emocionante, por tales motivos se debe cuidar su estructura, es decir, su ubicación, su tipografía, su colorido, además de sus dibujos o signos comprensibles e inteligibles, lo que dará lugar a no ser desapercibidos, deteriorados o totalmente destruidos.

Imaginemos a la ciudad de México, convertida en un museo callejero, que constantemente nos hable y muestre no sólo lo cotidiano, sino que nos enseñe a explorar otros mundos y modos de expresión que transmiten inquietudes, conocimientos, sentimientos, etc., diferentes de manera objetiva,

"Los pocos "ricos y carismáticos"
no deben negarse a la voz de los graffiti"

Anónimo

"... Estamos montando un museo en toda la ciudad y el que quiera conocer de graffiti, puede ir allá y ahí conocerá en vivo. Ya no queremos ser el circo y los animalitos y que la gente diga: ¡Ay mira, que bonito pintan!, estamos hartos de eso y quizá en algún momento vayamos a desaparecer, pero, quien quiera seguir en contacto, puede ir a ver y visitar los muros que tenemos".

Fly (Graffitero)**(1)

Las bardas pintadas podrían servir como medio informativo, no muy costoso, los mensajes podrían variar, además de ser veraces ya que la ciudad de México está plagada de una gran cantidad de acontecimientos noticiosos y novedades. Es un sueño el pensar que pudiera ser normal ver cosas escritas y dibujadas por todas partes. (mensajes icónicos y escritos que realmente valgan la pena ser publicados en los muros).

No sólo la ciudad de México es escenario de graffiti asimismo, lo han sido otros países como Alemania, Brasil, España, Estados Unidos, Francia, Inglaterra y Suiza entre otras, estas, a su vez han sido invadidas por firmas, dibujos, mensajes escritos, contraseñas, etc. Para algunos espectadores resulta algo catastrófico, para otros es estético y de orden cultural.

"Si bien es cierto que la calidad estética es excelente, los hechos demuestran que aunque las galerías y los museos pusieron sus ojos en quienes alguna vez se alejaron de los sistemas tradicionales de difusión para hacerse dueños del contenido, la circulación y el consumo de sus obras, la producción plástica ligada a las luchas populares nunca se ha detenido".

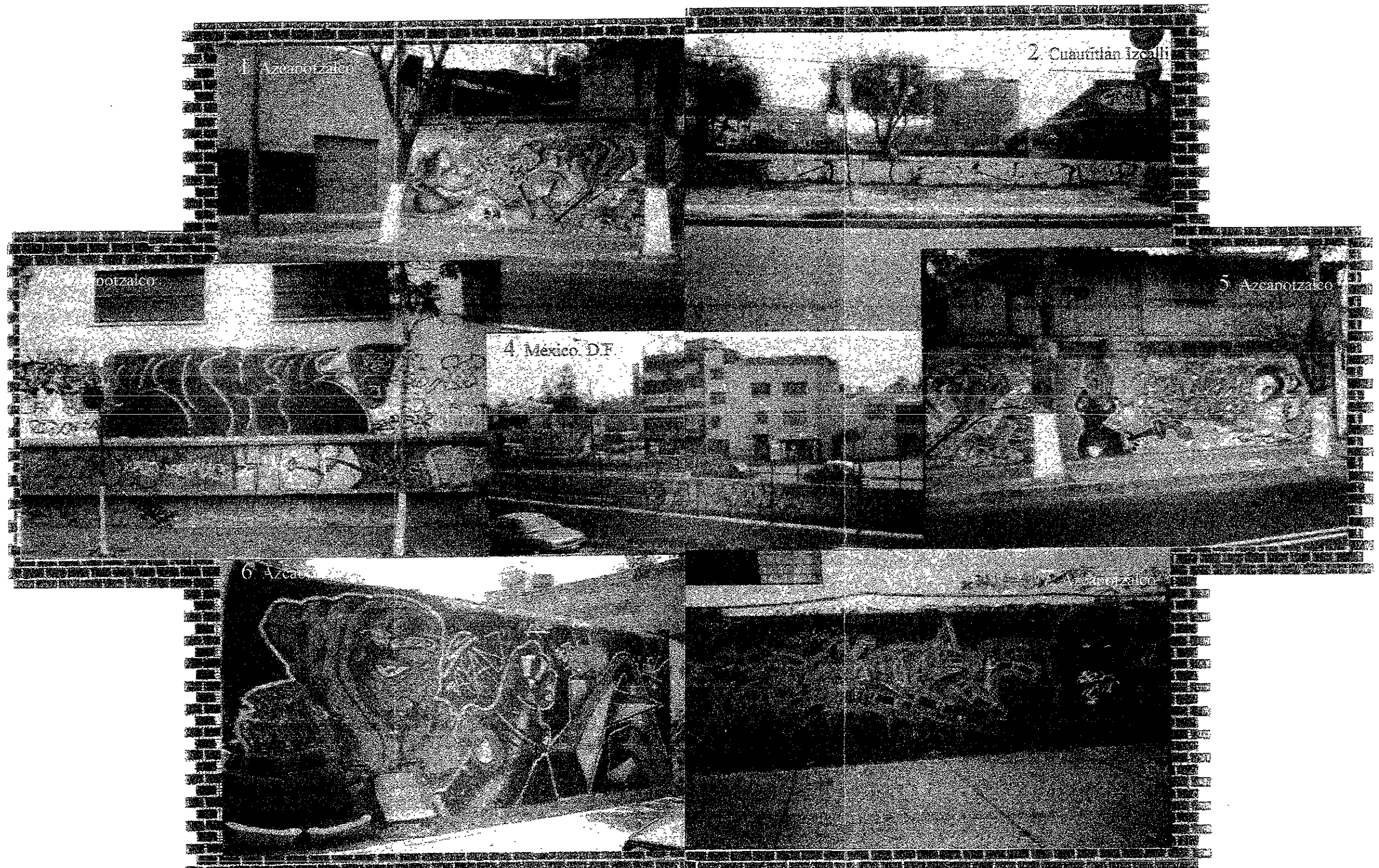
Malvido Adriana.*(4)

Citas de pie de página (libros, periódicos y tesis)

- * (1) Castleman, Craig. *Los graffiti*. Ed. Hermann Blume. Madrid, España. 1987. Pág. 76.
- * (2) Roszak, Theodore. *El nacimiento de una contracultura*. Ed. Kairós. Barcelona, España. 1970. Pág. 85
- * (3) Gan Bustos, Federico. *La libertad en el W.C.* Ed. Dopesa. Barcelona, España. 1978. Pág. 8
- * (4) Malvido Adriana. *La Jornada*. México, D.F. Sep. 22 1998

Citas de entrevista

** (1) Entrevista a "Fly" Oct. 1997 ENEP Acatlán.



Collage

(Fotos: S. Montes) 1999

Conclusiones

"El graffiti es una voz, un lenguaje,
una imagen y una visión".

"El graffiti es atractivo al espíritu de una visión,
es cuando el alma del arte es descubierta".

Anónimo

El graffiti se ha convertido en una expresión cotidiana. Es una voz alternativa –por el contenido de sus mensajes- a la cual, en ocasiones el público le añade un contenido negativo, quizás por que la mayoría estamos acostumbrados a ver y no observar, a oír y no escuchar.

La gente se preocupa más por el costo de pintar y remover aquella "contaminación visual" que sólo deteriora y mancha las paredes. Juzgan como vandalismo y crimen a tal acción siendo que muchos autores son sus mismos hijos, los cuales utilizan paredes y aerosoles como herramientas para comunicar algunos mensajes cuyo contenido es algo más que un simple garabato.

"Vengan padres y madres
de todo el país, y no critiquen
lo que no entienden; hijos e
hijas están fuera de vuestro
control, vuestros viejos caminos
envejecen por que los tiempos
cambian ..."

Bob Dylan

Algunos graffiteros se consideran incomprendidos, piensan que sus mensajes pasan inadvertidos por la sociedad –esto es sin generalizar- sin embargo, si hay quienes se han detenido a escuchar esas voces y comentan lo siguiente:

"...Debemos cuestionarnos los padres de familia y el sistema educativo, no estamos descuidando la formación expresiva de las nuevas generaciones".

Higinio Martínez (PRD) *(1)

El descontento, enojo y miedo han hecho que la sociedad haga la guerra con todos los escritores del graffiti y así mismo nieguen este trabajo como arte. El graffiti, voz alternativa es un trabajo que expresa la visión del mundo, el cual va evolucionando, creciendo e intensificándose hasta llegar a formar parte de nuestra vida diaria.

“... El graffiti se ofrece como una de las parcelas más estimulantes y peor exploradas de la cultura en la sociedad industrial avanzada”.

Garduño Susana *(2)

El graffiti debe analizarse desde un perfil artístico y positivo respecto al contenido de sus mensajes grotescos y sin sentido. Por ejemplo en algunos países del mundo, - no solo en México- , esta expresión se ha tratado de prohibir al cubrirlos con capas de pintura “deteriorando” más los muros, esto se ha convertido en una lucha constante del:

Yo pinto – tu borras – yo vuelvo a pintar; o bien,
Tú pintas – yo borro – por lo tanto ahora yo pinto.

Y si no cuestionemos entonces a las compañías políticas y publicitarias, la diferencia es que estas sí están formalmente reglamentadas.

Los graffiteros no descartan que sus imágenes (verbo – icónicas) a veces no tengan significado, además están conscientes de lo constructivo o destructivos que resulten los mensajes implícitos en sus graffitis y para poder evitarlo, simplemente proponen que este se reglamente con seriedad absoluta, no con engaños, ni disfraces, pues este tipo de acciones genera más violencia. Ellos están cansados de la represión y tajante rechazo, por lo tanto, solicitan otra oportunidad para ser escuchados y así la alternativa de sus mensajes no resulte violenta, rebelde y ofensiva, desean desvirtuar esos motes añadidos al graffiti.

“ Déjenos vivir, déjenos soñar,
déjenos gritar lo que sentimos
madre – padre,
somos jóvenes, no somos delincuentes
tampoco somos vírgenes.
Sólo queremos vivir y sólo vivir así,
nos gusta que nos señalen
por la forma de vestir
nos gusta que nos señalen
por la forma de vivir
nos gusta que nos señalen
por que saben que estamos aquí”.

Yaps (Crew)

Los autores del graffiti no consideran adecuada la lucha constante contra las autoridades para ser tomados en cuenta y reconocidos y tratados como seres humanos con voz y voto en la sociedad, algunos "Crews" expresan:

"El pensamiento creativo aun no esta reglamentado, una idea visual bien expresada tiene la misma belleza que y elegancia que si se aplica en forma adecuada en la denotación y connotación de sus elementos".

WK y AMX**(1)

Con el presente trabajo se pretendió acercar al publico un poco más a lo que es la escasa información sobre el graffiti como voz alternativa en las calles de la ciudad de México, pues aún con algunos cuantos los que favorablemente se refieren a este. Ejemplo:

"... El graffiti es una práctica urbana, una expresión que ha empleado grupos y organizaciones para reivindicar su presencia".

Arturo Montiel (PRI) *(3)

Los graffiteros han buscado una via de escape a la represión y al autoritarismo, se han convertido en autores anónimos con talento visual, han construido la voz urbana con mensajes icónico-verbales cargados de significación (esto, sin generalizar).

Algunas figuras públicas de la política ya escucharon las voces que emanan de las paredes, asi como otros perceptores de las mismas y han elaborado una serie de propuestas viables dirigidas a los graffiteros:

"Creo que nuestros jóvenes requieren espacios de expresión (no podemos negar que algunos graffiti son verdaderas obras de arte); debemos dar a los jóvenes dichos espacios para que manifiesten sus emociones en lugar de hacer garabatos a la carrera...".

Higinio Martínez (PRD)*(4)

"Los graffiti son una forma de los jóvenes de expresar su inconformidad social, la cual, no justifica que se manifiesten o afecten la propiedad privada. Buscaremos orientar sus inquietudes en espacios reglamentados...".

José Luis Durán (PAN) *(5)

El graffiti connota la existencia de muchos jóvenes sensibles y creativos, que transmiten por medio de este, mensajes preñados de inquietudes e inconformidades en todo tipo de marginación social.

Por el contenido de sus mensajes, sus autores lo catalogan como una propuesta de concientización a la ciudadanía, "menos costoso" y a la vista de todos, pero sin descartar el alto riesgo que implica su elaboración.

Probablemente trascienda —eso dependerá de sus autores- pero, hoy por hoy ya rebaso más de un milenio y esas ocultas voces no han callado., ¿Dejará de ser una voz alternativa efímera?

El graffiti es una expresión evidente, una realidad —reitero- es además, la herramienta donde la alternatividad de los mensajes hacen acto de presencia. Es este un modelo comunicativo que no ha dejado cabos sueltos. Conozcamos su proceso a partir de los elementos expuestos por Daniel Prieto Castillo.)*(6)

Ejemplo:

Emisor----- Los graffiteros
(crews)

Codigo----- Lingüístico
(icónico)

Mensajes-----Icónicos
(lingüísticos)

Objetivos: anunciar su presencia, conscientizar a la ciudadanía acerca de su entorno interno y externo.
Delimitar su territorio, transmitir ideas, sentimientos y emociones.
La interpretación de su realidad, inconformidad, aspectos culturales, políticos, sociales, artísticos y ambientales.

Medio----- Las paredes (básicamente), latas de aerosol, válvulas, piedras y azúcar
Otras superficies: vagones del metro, ferrocarril, aceras, autos, escenografías, anuncios panorámicos, etc.

Referente----- El entorno interno y externo

Marco de referencia—Los elementos más representativos de su entorno.

A través del graffiti, los autores de estos han obtenido respuestas directas por parte de otros graffiteros, crews, autoridades y público en general. Esta voz alternativa ha generado polémicas de manera trascendental, entablándose también la comunicación indirecta (de muro a muro).

Aspectos Técnicos Y Metodológicos

Cuando decidí realizar este trabajo pensé en recurrir única y exclusivamente al material didáctico (tesis, revistas, periódicos y libros), pero tuve la sensación de que algo le hacía falta, tal vez la esencia, un toque más humano y vivencial.

Entonces recorrí diversas calles de la ciudad de México y me percaté de aquellas voces plasmadas en los muros, sin embargo, no me atreví a hablar de ellas ni de sus mensajes sin escuchar antes a sus creadores, para poder opinar. Cara a cara decidí enfrentarme a ellos para escuchar cómo eran, a quiénes iban dirigidos y cuál era el contenido de aquellos enigmáticos mensajes alternativos.

En el presente trabajo trato de compaginar ambos aspectos: el material y el testimonial (este último fue integrado por información extraída de entrevistas directas, lo que hace que los datos sean más fieles). Al mismo tiempo, esto hace que el lector sea capaz de discernir y explorar no otros mundos, sino un fragmento del mundo en que vive y de quienes lo rodean.

Tal vez en un momento de mi vida juzgué como “contaminación visual” esas expresiones y para ese instante voluntaria o involuntariamente había ejecutado una línea en alguna superficie. Quizás sólo me detuve como una micro partícula de la sociedad a expedir una crítica vacía como “que buenas imágenes”, “está padre la letra” o “a de ser un buen o mal pintor el que los hace”, pero al acercarme a los graffiteros descubrí otras voces, voces que no se escuchan, bardas con cimientos en un mundo real, sin mensajes de ensueño, muros con códigos especializados y estéticos, que van más allá de una forma, tienen un contenido vivo, con otra opción para oír información diferente a la de cualquier medio cuyos intereses son sólo privados o gubernamentales.

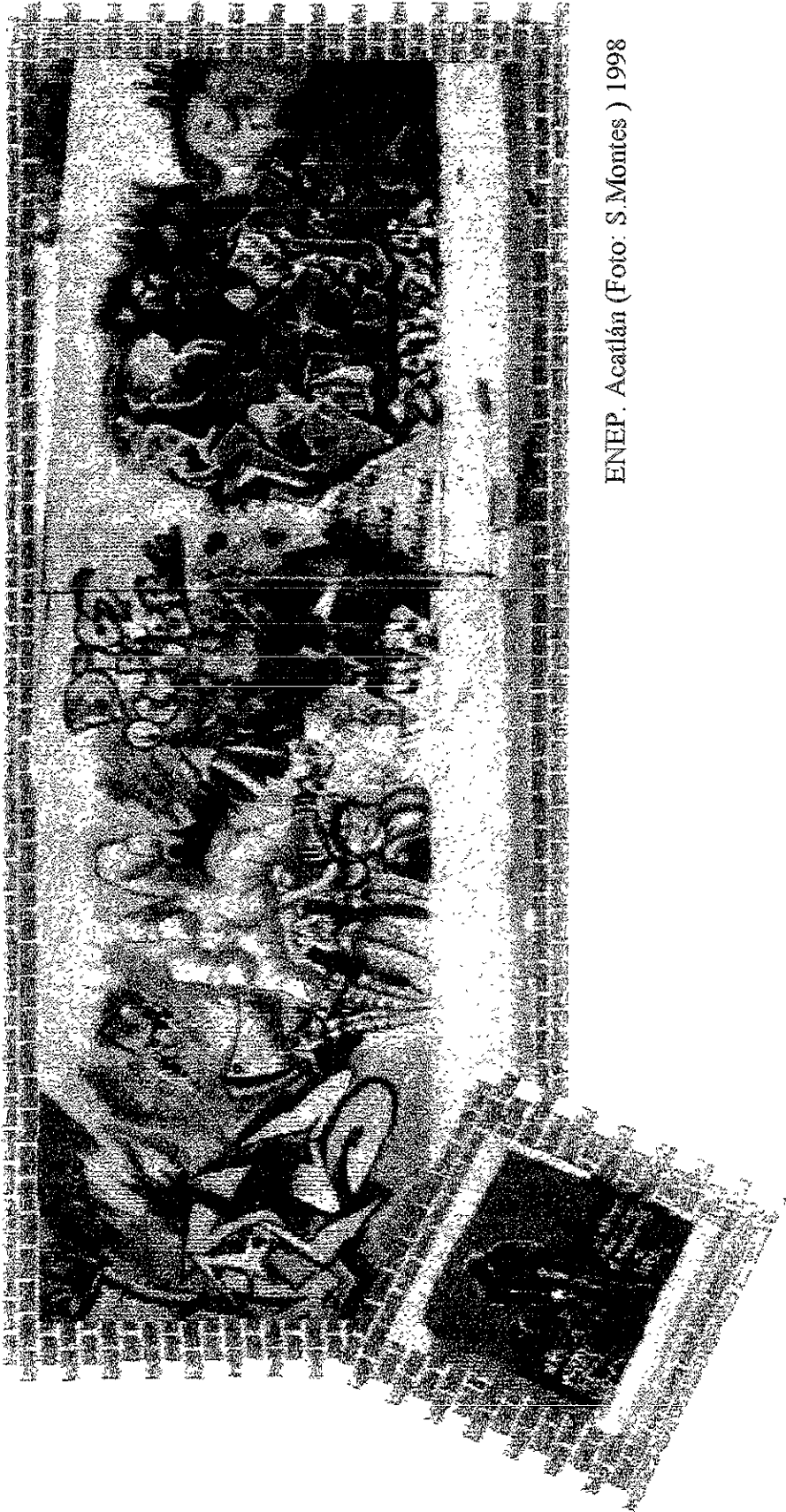
NOTA: Las frases que encabezan algunos apartados de cada capítulo de esta tesis se rescataron de diversas fuentes como: pequeños fragmentos de canciones, libros, carteles y de algunos mensajes contenidos en las paredes. La finalidad fue darle vida a la información y despertar el interés del lector.

Citas de pie de página (libros, periódicos y tesis)

- * (1) Martínez Higinio (PRD). ¿Pregúntale al candidato?. *El Reforma*. Secc. Estados México, D.F. Mayo 1999. Págs. 11-14
- * (2) Garduño Solana, Susana. *Novedades*. Imágenes. México, D.F. Pág. 18.
- * (3) Montiel Rojas, Arturo (PRI). ¿Pregúntale al candidato?. *El Reforma*. Secc. Estados México, D.F. Mayo 1999. Págs. 11-14
- * (4) Martínez Higinio Op. cit. Págs. 5-6.
- * (5) Durán Reveles, José Luis (PAN). ¿Pregúntale al candidato?. *El Reforma* Secc. Estados México D.F. Mayo 1999. Págs. 11-14
- * (6) Prieto Castillo Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa* Ed. Premia. México D. F. 1991 Págs. 7-20.

Citas de entrevista

- ** (1) Entrevista a graffiteros de los crews "Wall Killers" (WK) y *Aeromurales Extremos o Arte Mexicano Extremo* (AMX). Octubre. 1997 ENEP Acatlán.



ENEP. Acatlán (Foto: S.Montes) 1998

BIBLIOGRAFÍA

- Castleman, Craig.
Los Graffiti
Ed. Hermann Blume
Madrid, España
1987.
- Dondis, Donis A
La sintaxis de la imagen
Colecc. Comunicación Visual
Ed. Gustavo Gili
México, D:F:
1984
- Fernández Collado Carlos.
La comunicación Humana (Ciencia Social)
Trad. Carrillo Escalante, Alfonso
Ed. Mc. Graw-Hill Interamericana
- Gan Bustos, Federico.
La libertad en el WC, para una sociología del graffiti
Ed. Dopesa
Barcelona, España
1970.
- García Canclini, Néstor
Culturas Híbridas
Estrategias para entrar y salir de la modernidad
Ed. Grijalbo
México, D:F:
1990
- Prieto Castillo, Daniel.
La Comunicación Alternativa y la Cultura de Masas
- Roszak, Theodore
El nacimiento de una contracultura
Ed. Kairós.
Barcelona, España
1970.

- Roura, Víctor.
Apuntes de Rock (por las calles del mundo)
Ed. Nueva Mar
México, D:F.
1985.
- Silva, Armando
Graffiti, una ciudad imaginada
Ed. Tercer Mundo
Bogota
- Siller, David
Uno de estos días (Graffiti urbano)
Ed. Plaza y Valdés
México, D:F.
- Sorbona Odeón, Nanterra
Tr. Elí Barra
Los muros tienen la palabra, mayo 68.
Ed. Extemporáneos
México, D:F.
1970.
- Walt Disney
Desfile Mágico
Ed. Cumbre, S.A.
México, D:F.
1989.

ENCICLOPEDIAS

- S/N
Diccionario Enciclopédico Larousse
Edit. Planeta, S.A.
Tomo 5
España
1990
- S/N
Enciclopedia Universal Ilustrada
Europeo-americana
Edit. Espasa-Calpe, S.A.
Madrid Barcelona
1996

HEMEROGRAFÍA

- Cristerna Romo, Salvador
La subcultura del Graffiti
El Nacional
Suplemento semanal
Pág.3
Mayo 5, 1997.
- Chávez Cossío, Francisco
Graffiti
Ecos
Pág.32
Febrero 11, 1999.
- Durán Manuel
Convocan a pintas contra las drogas
Reforma
Secc. Estado
Pág.24
Septiembre 15, 1998.

- Fernández Chapou, Maricarmen
Colectividad y auto gestión Ideas de la cultura marginal
El Financiero
Secc. Cultural
Pág.56
Septiembre 8, 1998.
- García Uriza, Silvia
La calle llega a la escuela
Ambito
Págs.12-13
Octubre 10, 1997.
- Gómez Enrique, I.
Expresan en graffitis
Rechazo a la violencia
Reforma
Secc. Estado
Pág.24
Septiembre 15, 1998.
- Hernández, Erika.
Graffiti artístico
Reforma
Secc. Estado
Pág.18-19
Octubre 24, 1997
- Hernández, Erika.
Pintan las razones del graffiti
Reforma
Secc. Estado
Pág.13
Septiembre 20, 1998
- Juárez, América
La ciudad pone el paisaje; los chavos ponen la firma,
el color la furia: nace el arte del graffiti
La Crónica de hoy
Secc. Cultura
Pág.8-9
Junio 12, 1997

- Mira Bárcenas, Martín.
Realizan pintas
Radar
Pág.5
Octubre 10, 1997
- Mira Bárcenas, Martín.
Promueven la pinta de Graffitis contra las drogas
Radar
Pág.4
Octubre 9, 1998
- Paramo, Francisco
¡Ya basta!
Ecos
Pág.348,10
Febrero 21, 1999.
- S/N
Pregúntale al candidato
Reforma
Secc. Estado
Pág.14-16
Septiembre 20, 1998

AUDIOGRAFÍA

- Aprendamos juntos
Radio Red
José Luis Morales Baltazar
Sábados 10-11 a.m.
México, D.F.
Diciembre 27, 1997

OTRAS FUENTES

TESIS

- Gritos de urbanidad
(el graffiti en nuestra ciudad)
Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán
1993
- Tomad el muro por asalto
(algo sobre pintas políticas y graffiti de bandas)
¿Comunicación alternativa o una alternativa en la comunicación?
Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva
Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán
1995

CONFERENCIAS

- Morir para vivir
Graffiti en Memoria de la Raza
Lic. José Manuel Valenzuela
Lic. Javier Ávila Guzmán
Lic. Mario Revilla Basurto
Sr. Nuke (graffitero)
Oscar "fly" (graffitero)
Lobby del Centro Cultural de Acatlán
Naucalpan. Edo. Méx.
Octubre 1-3, 1997.

ENTREVISTAS DIRECTAS CON GRAFITEROS

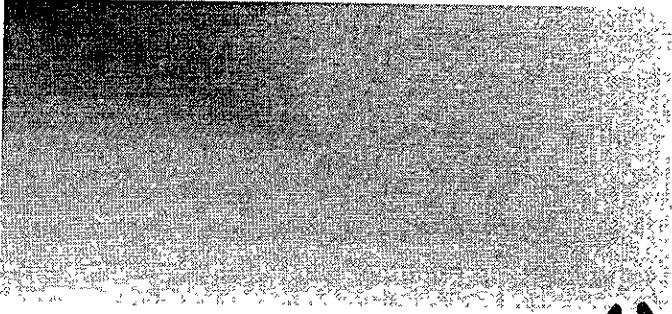
ENTREVISTAS A:

- Mariela Pérez de Tejeda

Coordinadora del programa Naucalpan joven
Ayuntamiento de Naucalpan.
Edo. México

- Alejandro Sánchez

Subdirector de Proyectos Nacionales del DIF
Col. Condesa
México, D.F.



ANEXO

Pasos para la elaboración de un graffiti

Tema: 2 de Octubre (movimiento estudiantil 1968)



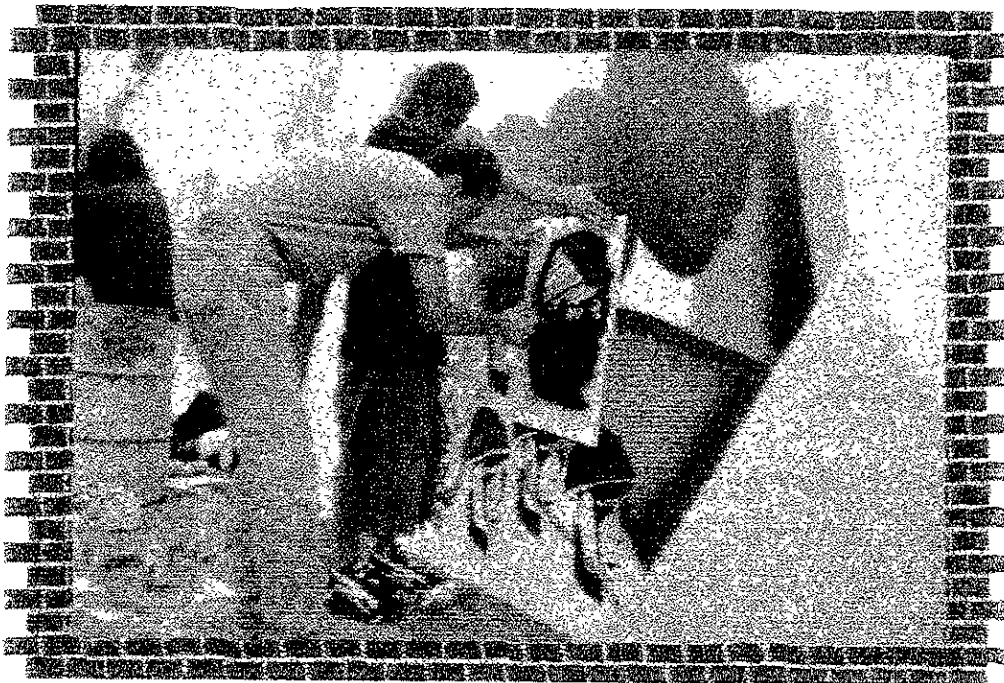
1. Material humano, un muro en blanco y latas de aerosol



2. Delinear y rellenar



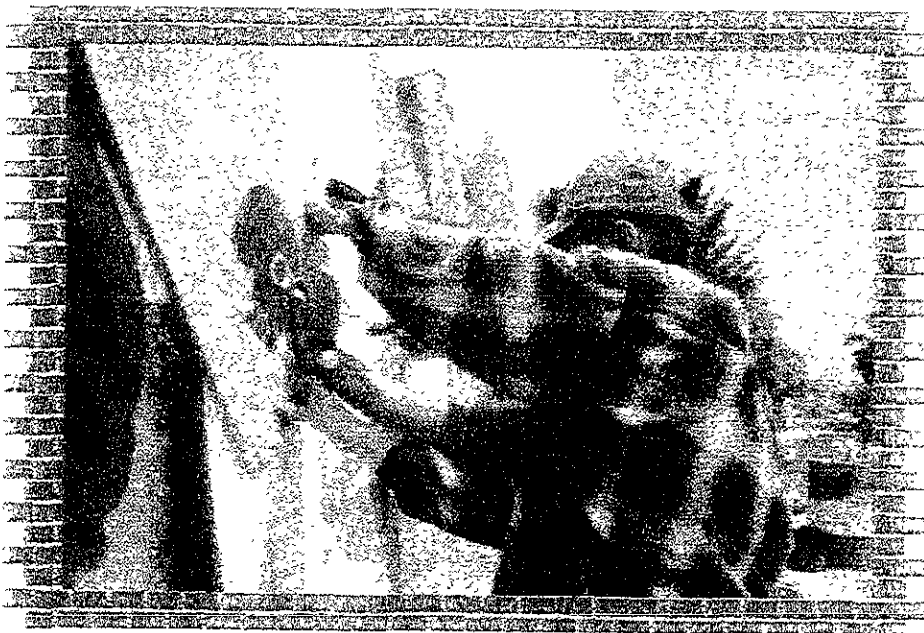
3. Difuminar



4. Otra técnica. Usar plantillas



5. Contrastar colores y formas



6. Aplicar la técnica de la madera para adornar el graffiti



7. ¡Uf...! falta afinar detalles



8. Reforzar el icono con un mensaje verbal



9. Y por fin: ¡Obra terminada!