



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán**

***Análisis semiótico sobre el graffiti urbano a través del trabajo  
del grupo de graffiteros denominados "PEC"***

**T E S I S**

que para obtener el título de  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Presenta:

Axel Rosario Mendoza Verdín

Asesor: LCG. Marco Antonio Sandoval Valle



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la  
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el  
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Axel Rosario

Mendoza Verdín

FECHA: 19 Septiembre 2005

FIRMA: 



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AVENIDA 28  
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN  
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR  
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS



DEPARTAMENTO DE  
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO  
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN  
P R E S E N T E

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS:

Análisis semiótico sobre el graffiti urbano a través del trabajo del grupo de graffiteros denominados "PEC".

que presenta la pasante: Axel Rosario Mendoza Verdín  
con número de cuenta: 9526993-1 para obtener el título de:  
Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE  
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 11 de Febrero de 2005

PRESIDENTE	<u>DCG. Verónica Piña Morales</u>	
VOCAL	<u>LDG. Aurora Muñoz Bonilla</u>	
SECRETARIO	<u>ICG. Marco Antonio Sandoval Valle</u>	
PRIMER SUPLENTE	<u>LDG. Edgar Osvaldo Archundia Gutiérrez</u>	
SEGUNDO SUPLENTE	<u>IDG. Laura Olmos Sánchez</u>	

# AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a los maestros que guiaron mi camino a través de las maravillas del diseño y la comunicación visual, a todos y cada uno de ellos que con sus enseñanzas han ayudado a la creación de más profesionistas.

A mis sinodales: D.C.G. Verónica Piña, L.D.G. Aurora Muñoz Bonilla, L.D.G. Osvaldo Archundía G. y L.D.G. Laura Olmos por los conocimientos y la colaboración aportados, por la dedicación de siempre hacia sus alumnos.

Especialmente a mi asesor M.A.V. Marco Antonio Sandoval Valle, por que gracias a sus experiencias compartidas comprendí la importancia del conocimiento teórico, por su invaluable apoyo desde el primer momento que surgió esta y por la enorme paciencia...gracias.

*A la Máxima Casa de Estudios, mi Alma Mater... va por ti querida UNAM!*

# DEDICATORIAS

A la señora, mi queridísima madre, Má por que eres una gran mujer y una gran motivación para ser cada día mejor, por que a cada paso que doy estas conmigo y me dejas ser... este logro lo comparto contigo.

Papá, por que estás donde estás siempre estás con nosotros, esto lo aprendí de ustedes, te quiero.

Family, toditos todos: Yoga, Abue María, Abuelois (perdón por tardarme), Tías Leo y Rita, Tíos Miguel, Carlos y Rafa, que me han dado cariño hogareño y han sido mi gran familia.

Rita y Alicia, más que primas, hermanas y amigas, por que hemos crecido juntas y compartido mucho, por que sé que siempre creen en mí.

Mis baby sisters Tania y Montse, a Lulú, que me quieren a pesar de todo...yo también las quiero.

A mis amigos que son irremplazables: Marlo, por estar siempre con nosotros, por tu cariño y amistad absolutos durante tantos años, por aguantarme tanto ¡eso es de agradecer!

Kharlita, por que me has dejado aprender de ti y me has ayudado siempre. Por que aquello que inició en la universidad no se acabe nunca, te quiero mucho flakal

A ti Marcos, mi amor, que desde que te encontré has seguido a mi lado...gracias por tu apoyo, tu confianza y todo lo que hemos compartido, te amo.

*Y a todos aquellos que saben que con su granito de arena se formo esta playa...gracias.*

# INDICE:

<b>Introducción</b>	2	<b>Capítulo 3: Análisis semiótico sobre el graffiti, a través del trabajo del crew PEC</b>	
<b>Capítulo 1: Comunicación y semiótica</b>		3.1. Antecedentes del crew PEC	45
1.1. Concepto de comunicación	5	3.2. Proceso creativo de una pieza de graffiti	47
1.1.1. Cadena de comunicación	6	3.3. Análisis descriptivo de los murales graffiti	50
1.2. Comunicación alternativa	9	3.3.1. Niveles y códigos	69
1.3. Comunicación visual	10	3.4. Proceso de comunicación del graffiti	72
1.3.1. Importancia de la comunicación visual	11	3.5. Relación del Diseñador y comunicador visual con el graffiti	73
1.3.2. Semiótica y comunicación	12	<b>Conclusiones.</b>	<b>77</b>
1.3.2.1. Niveles de comunicación y semiótica	14	<b>Glosario.</b>	<b>79</b>
1.3.2.2. Códigos	17	<b>Bibliografía y otras fuentes.</b>	<b>82</b>
<b>Capítulo 2: La cultura urbana y los antecedentes del graffiti</b>			
2.1. Conceptos de ideología, identidad y cultura	27		
2.2. Cultura urbana	29		
2.2.1. Arte urbano	30		
2.3. El graffiti	32		
2.3.1. Definición	32		
2.3.2. Los inicios del graffiti urbano	33		
2.3.2.1. Antecedentes en México	35		
2.3.3. Características	37		
2.3.4. Elementos principales	38		
2.3.5. Estilos	40		
2.3.6. Técnicas y herramientas	41		

# RESUMEN

## Capítulo 1: Comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communicatio, communicationis* = comunicación, participación. Puede entenderse como el trato de correspondencia entre dos o más sujetos para transmitir cierta información. Es el proceso mediante el cual un conjunto de acciones de un miembro o grupo son percibidas por otro similar.

Se utiliza el lenguaje el cual debe ser común para ambas partes así como ciertas experiencias que le permitirán compartir el significado. Debe considerarse el contexto (época, costumbres, ambiente).

La comunicación implica un proceso, el cual permite conocer el desarrollo y funcionamiento de cada elemento. En diversos esquemas propuestos por estudiosos de la comunicación los elementos constantes suelen ser: **EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR**, algunas variables son la **RETROALIMENTACIÓN** y el **CONTEXTO**.

Existe otro tipo de comunicación, la alternativa, que considera aquellos medios distintos a los establecidos, es decir los masivos (prensa, radio, televisión). Estos medios alternos suelen ser más informativos y expresivos, generan mensajes de carácter social principalmente.

La Comunicación Visual es de mayor importancia pues mediante ella percibimos mayor número de información. La

creación de mensajes gráficos es la que atañe al diseñador y comunicador visual.

Mediante diversas disciplinas se permite una mayor comprensión integral del lenguaje visual. La semiótica mediante el estudio de las relaciones del signo permite su comprensión.

La semiótica estudia la vida de los signos, en la comunicación visual estudia la relación de los gráficos con el significado de acuerdo a su función. Existen dos corrientes principales de semiótica:

- **Estructuralismo:** basada en las estructuras de significación, en cuanto a la relación del signo como hecho significante o social, estudia la lengua y el habla, el significado y significante, sintagma y sistema, la denotación y connotación.

- **Funcionalismo:** que estudia la función de cada uno de los elementos del proceso semiótico, el cual consta de tres niveles:

- o Sintáctico: la sintaxis de los signos, estudia la estructura interna, hace énfasis en la relación de un signo con los demás. Obedece a los sistemas visuales de armonía, estructuración, visibilidad y pertinencia

- o Pragmático: es la interpretación a partir del sujeto. Estudia la relación entre significantes e interpretes. Considera al signo dentro de prácticas sociales y culturales.

- o Semántico: contextualización y desenvolvimiento. El signo se considera en relación a lo que significa, a su concepto.

Para la comunicación visual y grafica la configuración formal se da mediante el uso de códigos, que establecen las pautas a seguir para un mensaje gráfico exitoso.

Estos códigos son:

- **Cromático:** el color es un hecho de la visión resultado del espectro de la luz blanca. Su función es asociar, llamar la atención, producir efectos. Los colores pueden clasificarse por sus características en primarios, secundarios y terciarios; por su sugerencia psicológica o por su aplicación.

- **Tipográfico:** la tipografía se compone de símbolos visuales; se organiza por grupos, familias y fuentes. Considera las variables de funcionalidad, legibilidad, connotación y adecuación.

- **Iconico:** se basa en la transformación de imágenes o gráficos en información visual. Dichos gráficos alcanzan dimensiones de icono, símbolo o índice.

## Capítulo 2: Cultura urbana y antecedentes del graffiti.

Diversos factores (como la ideología, la identidad y la cultura) hacen posible la estructuración de la sociedad; mediante la interacción constante de ellos es posible la formación de sociedades distintas con características específicas.

La ideología se considera la ciencia de las ideas, hace referencia al conjunto de ideas, valores y aspiraciones de forma individual. Al hacerse parte del proceso social forma tendencias que se componen de elementos políticos, sociales, científicos, etc.

La cultura es el conjunto de tradiciones, creencias, valores y lenguaje de una sociedad; es un proceso de socialización

que guía al hombre, esta relacionada con el panorama histórico local.

La identidad por su parte, diferencia al hombre dentro de una sociedad aunque a la vez lo asemeja a un grupo en particular debido a su comportamiento. Esto es recalcado en la juventud ya que es ahí cuando lo define como parte de ella. Estos factores están ampliamente relacionados para el desarrollo de la sociedad.

La cultura urbana es propia de las aglomeraciones geográficas de la población, son las ideas, tradiciones y costumbres propias de las urbes, entremezcladas con diversidad de factores de progreso tecnológico y educativo, así como influencia de otras tantas culturas.

El arte urbano surge en las grandes ciudades, con grupo sociales particulares y características específicas. Esta lleno de manifestaciones culturales, sociales y estéticas. Su realidad es más compleja. Algunas formas de este arte son: la música, la pintura, la danza, el performance y el graffiti. Este arte al igual que la comunicación alternativa ofrece opciones para expresar o transmitir, concientizar y comunicar.

En México la juventud ha sido detonante en el desarrollo del arte y la cultura; varios aspectos influyen en la conformación de grupos particulares de identidad cuyas formas de expresión artística han ido ampliándose.

Una de esas formas ha sido el graffiti, cuyos orígenes se remontan desde 1968 en Europa con pintas de aerosol con frases propagandísticas; hacia 1970 en Estados Unidos con un sentido mayormente artístico-político y hasta 1980 en Latinoamérica con características de protesta.

En México, aparece a finales de los setentas en las zonas fronterizas; se reconocen dos etapas:

- Muralismo: son imágenes de carácter social y religioso
- Graffiti: se caracteriza por rayones o firmas ilegibles

El graffiti también tiene ciertas características que lo constituyen: se dice que está fuertemente asociado al movimiento del Hip-Hop; es una forma de apropiarse de las calles, se realiza de forma provocadora contra lo establecido.

Se compone de varios elementos como las firmas, los mensajes y caracteres. Su realización se compone de estilos y técnicas logradas mediante el uso del aerosol principalmente y de la pericia en el trazo de formas.

### **Capítulo 3: Análisis semiótico del graffiti del crew PEC**

El crew PEC es un grupo de graffiteros del área metropolitana de la Ciudad de México de amplio reconocimiento en su ámbito. Su historia se remonta hacia 1988 con diversidad de miembros en a lo largo de su trayectoria. Comienzan a especializarse en obras de gran tamaño (murales) con la intención de ser mayormente reconocidos y con la intención de mejorar su técnica. Compuesto actualmente por cuatro miembros su ideal del graffiti es que es un arte, donde se pueden expresar abiertamente.

La realización de un graffiti por este grupo sigue un procedimiento, sus etapas consisten en el marcaje, relleno y delineado básicamente.

Tomando como objeto de estudio seis murales graffiti se reconocen los niveles de semiótica aplicados en la comunicación visual en un mensaje gráfico; la estructuración y la composición de cada mural son referidos en el nivel sintáctico, es la relación propia del signo con el plano.

En el nivel pragmático se reconoce la relación del signo y su significado con los miembros que los producen o para los que está producido.

En cuanto al nivel semántico, es el de la aplicación, funcionalidad e interpretación del mural en relación a cada uno de los receptores o interpretes, considerando las características del contexto.

La percepción de los códigos de composición gráfica permite distinguir el código cromático, mediante el uso de los colores, la intencionalidad del graffitero en cuanto al empleo de determinado color y los efectos creados con ellos. El icónico es el de mayor presencia en las obras puesto que las imágenes empleadas están llenas de simbolismo y conceptualización aunado al uso de textos la relevancia iconotextual es evidente.

# INTRODUCTION

Mediante los cinco sentidos el ser humano absorbe mensajes que llegan a él de varias formas, no obstante la mayoría son recibidos de forma visual.

En la actualidad han surgido en las grandes ciudades diversas formas de expresión y comunicación que son considerados alternativos, sin embargo algunas de estas formas de expresión aún no han sido reconocidos como sistemas comunicacionales debido a varias razones, entre ellas a su forma de realización.

El graffiti urbano puede ser uno de esos sistemas de comunicación visual, que hoy en día es considerado una forma de expresión preponderantemente juvenil.

Es necesario establecer la validez como sistemas comunicacionales de todos los mensajes que diariamente nos bombardean, la información contenida en ellos forma parte de la cultura y a su vez moldea al individuo provocando una interacción socio cultural propia de la ciudad.

El graffiti, como manifestación cultural es resultado de la misma. Siendo así y a la gran incidencia en su realización puede ser un sistema válido de comunicación para ciertos individuos por lo que es necesario hacer un análisis semiótico para verificar esa validez.

El presente trabajo hace una revisión de los aspectos formales tanto de la comunicación como del diseño, esencialmente de los aspectos teóricos desde la semiótica, la ciencia encargada del estudio de los sistemas sígnicos como procesos de comunicación.

La semiótica analiza los factores contenidos en un proceso sígnico que construyen y hacen funcionar un sistema de comunicación, así mismo establece las pautas a seguir para obtener un resultado exitoso visto desde el diseño gráfico, esto es, establece parámetros que la teoría del diseño promueve para la construcción de sus mensajes visuales.

Igualmente, para el análisis de esos factores es necesario ampliar el marco de estudio hacia los aspectos sociales y culturales de los que se desprende dicho movimiento urbano. La ideología, identidad y cultura son los factores determinantes de una sociedad así como del individuo.

El graffiti como movimiento cultural (mayormente juvenil) obedece aspectos provenientes de otros países, al momento de adoptarlo lo mezcla y provee de características propias del lugar de desarrollo; también se hace una descripción de los elementos de graffiti así como las diversas facetas de esta actividad, como lo es el mural y el bombardeo ilegal (la forma más básica) por esto es que el conocimiento de los antecedentes generales y locales del graffiti permite un mejor estudio.

Dadas algunas características del graffiti, se elige al grupo de graffiteros mexicanos denominado PEC (Public Enemy Crew) principalmente por ser uno de los grupos ampliamente reconocidos en la Zona Metropolitana de la ciudad de México, por lo que se considera un buen exponente para desarrollar el análisis de este trabajo.

Dicho análisis nos permitirá reconocer en el graffiti a los elementos necesarios que intervienen en cualquier sistema de comunicación, además de los elementos principales que forman

parte del lenguaje semiótico, como son los niveles y códigos visuales, auxiliándonos de un breve estudio del entorno o contexto en el que se desenvuelve este grupo y así mismo se desarrolla su trabajo.

El crew PEC se especializa en los últimos años a realizar trabajos murales que procuran trascender tanto por su "técnica" como por su contenido, es por esto también que se trabaja con este grupo; si bien es cierto que las distintas clases de graffiti causan polémica quizá los murales sean los menos problemáticos por ser menos ilegales al momento de ejecutarse y por tener más componentes de los que se puede hacer disertaciones.

De igual forma, una breve comparación a los modelos de comunicación básicos podrá permitir examinar la existencia o ausencia de aspectos probatorios para el problema planteado en este trabajo.

El planteamiento del problema de comunicación del graffiti se hace desde la perspectiva teórica del diseñador gráfico, lo que posteriormente ayudará a saber si existen otros aspectos a ser considerados por esta disciplina.

---

CAPITULO 1  
COMUNICACION  
Y SEMIÓTICA

## 1.1 Concepto de comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communicatio*, *communicationis* = comunicación, participación; puede ser entendida como la acción de hacer participe a otra parte de lo que se tiene. Existen diversos conceptos que la describen como relación o unión existente entre dos partes, o bien como la acción de compartir, difundir o propagar eso que se tiene.

La comunicación implica un proceso, que llega a ser complejo al momento que se produce en el ser humano. Algunas definiciones formuladas consideran que es: "trato de correspondencia entre dos o más personas o la unión que se establece entre ciertas cosas..."<sup>1</sup>, "es propagar, difundir, pasar o transmitir lo que se tiene"<sup>2</sup>

Básicamente, es posible definir que: comunicación es un proceso que permite transmitir un mensaje entre dos o más sujetos. Es la acción mediante la cual dos partes se transmiten e intercambian información.

El siguiente enunciado detalla un poco más esta acción en cuanto a la relación con el hombre y la sociedad: "es el proceso por el que un conjunto de acciones –intencionales o no, actuales o pasadas-, de un miembro o miembros pertenecientes a un grupo social, son percibidas e interpretadas significativamente por otro u

otros miembros de ese grupo<sup>3</sup>. En este concepto se hace referencia al tipo de acciones y a los miembros incluidos en el proceso, así como al mecanismo de interpretación; cada uno de estos componentes es desarrollado más adelante e igualmente la interacción entre ellos mediante el análisis del proceso comunicacional.

Para comunicarse el hombre utiliza una herramienta básica llamada lenguaje, entendiéndola como la combinación de signos articulados (incluye la fonación)<sup>4</sup>. Una buena comunicación se logra cuando entre ambas partes el lenguaje utilizado es común para ellos.

Paoli Bolio considera necesaria la existencia de lo que llama 'experiencias similares de los sujetos, cuyos significantes comunes puedan ser fácilmente evocables, si estos existen y además en gran cantidad entonces más y mejor comunicación habrá<sup>5</sup>.

La forma en que se interpreta y valora el contenido del mensaje depende del contexto pues aún teniendo el mismo lenguaje este le da un nuevo sentido. En él intervienen diversos factores, como son las circunstancias que rodean al individuo que influyen para que adopte un modo especial de ser, de actuar y de pensar; por lo que estas circunstancias, época, costumbres y ambiente conforman lo que se conoce como contexto y proporcionan varios elementos útiles y necesarios para la comunicación.

<sup>1</sup> Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia apud Roda Salinas, F.J. y R. Beltrán de Tena, Información y Comunicación: los medios y su aplicación didáctica, Ed. Gustavo Gill, Barcelona, 1988, Pág. 34

<sup>2</sup> Ídem, Pág. 35

<sup>3</sup> Ídem, Pág. 41

<sup>4</sup> Barthes, Roland. Elementos de Semiología, Pág. 99

<sup>5</sup> Paoli, J. Antonio. Comunicación e información: perspectivas teóricas, Pág. 11

Por lo tanto el contexto esta lleno de significados comunes y al ser un campo amplio hace que haya mayores posibilidades de tener un sentido similar para varios individuos o sujetos al mismo tiempo. Pero igualmente la experiencia de cada individuo le permite identificar ciertos signos y cierto significado y solo podrá interpretar aquellos que conozca.

### 1.1.1. Cadena de comunicación

La cadena o proceso de comunicación permite conocer el desarrollo y funcionamiento de la comunicación e identificar la interacción existente entre los diversos elementos que intervienen en dicho proceso o cadena.

Se puede referir a proceso o cadena, ya que *"todo proceso es la sucesión de las distintas etapas de un fenómeno o acontecimiento"*<sup>6</sup> y para que este pueda lograrse sus etapas deben estar ampliamente relacionadas y sus elementos se encuentran encadenados, por lo que indistintamente puede llamarse de ambas formas.

Desde los tiempos de Aristóteles (en su Retórica es llamado modelo lineal de comunicación) se habían reconocido tres elementos principales que posteriormente aparecen en todo proceso de comunicación:

**EMISOR      MENSAJE      RECEPTOR**

Fig. 1.1

<sup>6</sup> Consultor universal. Tomo 4, Pág. 1506

su relación es muy simple: al haber un mensaje debe haber alguien que lo emita y por supuesto alguien que lo reciba. Las relaciones entre estos elementos y entre los individuos han ido complicando el proceso y obedeciendo a diversos aspectos tales como el área de aplicación o estudio de la comunicación, varios autores agregan otros elementos complementarios.

Por ejemplo, Shannon y Weaver<sup>7</sup> presentan el siguiente esquema:

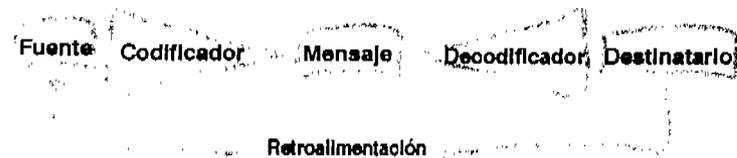


Fig. 1.2

FUENTE es lo que se denominará EMISOR, pues de aquí parte la intención de comunicar, de transmitir cierta información. El CODIFICADOR será el encargado de utilizar cierto lenguaje que estará inserto en el MENSAJE para así llegar a su objetivo: el RECEPTOR, quien a su vez se valdrá del uso de un DECODIFICADOR que le dé acceso al contenido del mensaje. La RETROALIMENTACIÓN es el constante intercambio de diversos elementos que debe haber entre el emisor y el receptor mediante la cual se generan los mensajes en función de las características del receptor, también suele llamarse así a la respuesta que se produce en este último.

<sup>7</sup> Paoli, J. Antonio, ob. cit., Pág. 30

La ciencia de la comunicación considera el esquema de Shannon como clásico<sup>8</sup> en su campo de estudio (el funcionamiento de algunos sistemas de telecomunicación como el telégrafo), del que posteriormente se han hecho adaptaciones a otras áreas, como:

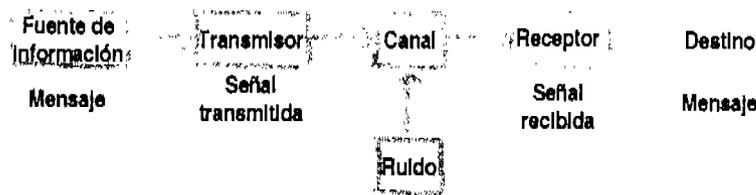


Fig. 1.3

Un nuevo componente es el RUIDO, también llamado interferencia, es uno de los factores que impide que el mensaje llegue a su destino y muchas veces le resta eficacia o lo hace incomprendible.

Roman Jakobson<sup>9</sup> presenta el siguiente proceso:



Fig. 1.4

El EMISOR puede ser una persona, grupo o institución que envía un MENSAJE a un RECEPTOR ya sea individual o grupal. En el mensaje podemos encontrar CODIGOS comunes que se traducen a su vez en significados comunes para lo cual debe haber CONTACTO entre ambas partes, se requiere que coparticipen de los elementos del contexto. A su vez el mensaje esta inserto en un CONTEXTO que se compone de eventos históricos, medio ambiente, ideologías y otros aspectos en los que se desenvuelve el receptor. En cuanto al REFERENTE puede decirse que es una característica que permite la unión del mensaje y el contexto.

También Ignacio Méndez muestra lo que llama 'proceso primario'<sup>10</sup>:

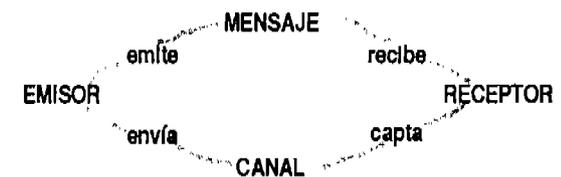


Fig. 1.5

Las funciones de cada elemento son similares a las de los demás autores pero agrega uno nuevo: el CANAL, cuyo deber primordial es ser portador del MENSAJE, es también la ruta que sigue.

<sup>8</sup> Costa, Joan. *Imagen global*, Ed. CEAC, Barcelona, 1988, Pág. 63

<sup>9</sup> López Rodríguez, J. Manuel. *Semiótica de la comunicación gráfica*, Pág. 214

<sup>10</sup> Méndez Torres, Ignacio. *El lenguaje oral y escrito en la comunicación*, Ed. Limusa, México, 1990. Pág. 47

En términos generales los esquemas aquí presentados muestran elementos similares y se relacionan con otros no mencionados tal cual, como son contexto, referente, lenguaje, retroalimentación; todos ellos hablan de la relación entre el emisor y el receptor, como la constante retroalimentación que debe haber para entonces utilizar el lenguaje que sea apropiado para lograr una comunicación satisfactoria, también consideran la importancia del contexto para tener en cuenta los diversos aspectos que influyen en el receptor.

Dentro de la comunicación visual y la gráfica se pueden ubicar diversos esquemas con elementos similares, sin embargo estos deben atenerse a las necesidades y características de la comunicación visual. El siguiente proceso de comunicación es presentado por Munari<sup>11</sup>:

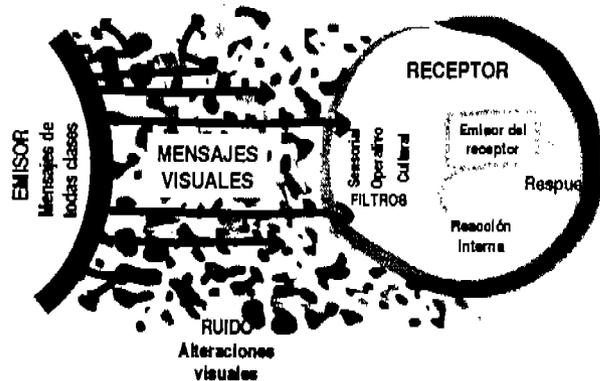


Fig. 1.6

<sup>11</sup> Munari, Bruno. Diseño y Comunicación visual, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1994, Pág. 82

Se distinguen algunos de los elementos mencionados anteriormente, pero se agregan los filtros, que Munari considera obstáculos por los que el mensaje debe pasar; el sensorial trata sobre los sentidos del receptor, el operativo acerca de las características que lo constituyen y el cultural, que considera las pautas culturales del individuo. Al superar estos obstáculos y la posible interferencia o ruido que pudiera existir, el mensaje es recibido y provocará una respuesta interna y una respuesta externa, lo que a la vez convierte al receptor en emisor.

El esquema a continuación es una comparación basada en el de Shannon y Weaver con los principales componentes de un modelo comunicacional para el diseño gráfico<sup>12</sup>:



Fig. 1.7

Donde el EMISOR o fuente, es el Usuario del diseño, es de quien nace la intención de comunicar; puede ser la empresa o institución que ofrece un producto o servicio y se vale del diseñador o comunicador gráfico para la elaboración del mensaje.

El CODIFICADOR será el Diseñador que utiliza códigos y signos específicos para transmitir un concepto. El Producto del diseño es el objeto del diseño, es decir, el producto o servicio que el emisor quiere transmitir, es el MENSAJE en sí. El Medio difusor es el transmisor del mismo, podemos equiparlo al canal o medio

<sup>12</sup> Costa, Joan, ídem, Pág. 59

transmisor que se menciona en otros esquemas, es el soporte donde aparece el diseño conformado en todo un concepto.

Finalmente el RECEPTOR es el consumidor y (a la vez) es perceptor de toda la información existente a su alrededor. La RETROALIMENTACIÓN esta dada por la constante verificación del contexto que hacen tanto el usuario del diseño (emisor) como el diseñador (decodificador) pues es necesario conocer las características y necesidades del consumidor (receptor) para lograr una exitosa comunicación, quizá se puede establecer a los estudios de mercado quienes hacen la evaluación tanto del producto como del diseño.

## 1.2. Comunicación alternativa

Se le llama alternativo o alterno a las diferentes posibilidades y opciones que se presentan en alguna situación. Al decir comunicación alternativa se hace referencia a todas aquellas opciones que se presentan en la comunicación.

Desde una perspectiva sociológica es posible establecer que la sociedad considera ciertos medios de comunicación correctos, que se rigen por ciertas normas y están sujetos a reglas establecidas por algún sistema, esos medios de comunicación son los masivos principalmente como lo son la radio, la prensa, la televisión y que son autorizados y regidos por un sistema que puede ser el gubernamental o estatal.

Por esto, al hablar de comunicación alternativa se debe pensar en las diversas opciones que la sociedad ha creado o encontrado como medios creíbles para comunicar y difieren de los sistemas predeterminados.

Lo alternativo en la comunicación, es una forma diferente de comunicar, diferente a lo que se está acostumbrado, es *"lo otro, lo diverso, aquello que no está sujeto a las reglas establecidas..."*<sup>13</sup>

Sin embargo es casi imposible dar una definición exacta sobre lo que es la comunicación alternativa ya que los elementos que participan en el amplio panorama comunicativo se desenvuelven de muchas maneras, dependiendo también del entorno.

Daniel Prieto considera que *"más que hablar de comunicación alternativa como tal, hay que referirnos a elementos alternos"*<sup>14</sup> por tanto se debe reconocer que esos elementos son variados, como las formas en las que suele presentarse esa comunicación.

Entonces, al hablar de la comunicación alternativa se puede decir que esta motivada inicialmente por las formas en las que se presenta así como por las razones de su surgimiento, posteriormente su intención es hacer llegar un mensaje. Es decir, la sociedad considera algunos medios llamados tradicionales (prensa, radio, televisión) que son ya establecidos y aceptados en su mayoría; la comunicación alternativa surge casi subterráneamente, con una opinión que generalmente se opone al sistema, muchas veces son de protesta.

Algunos ejemplos son la música, el cine, la pintura, las historietas y cómics, y más actualmente la Internet, todos con características y propósitos afines como lo son transmitir

<sup>13</sup> Barcenas, Silvia. Grffiti: una alternativa en las calles de la ciudad de México. Tesis de Licenciatura en Periodismo y comunicación colectiva, Pág. 14

<sup>14</sup> Prieto Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Pág. 23

mensajes o información de carácter social y sobre todo pretenden expresar opiniones incluso, a veces, hacer reflexionar a la sociedad. Por tanto, su función es informativo-cultural, su finalidad es generar y ofrecer fuentes alternas para lograrlo.

Así, la principal intención es transmitir un mensaje, por lo que pueden ser considerados sistemas de comunicación y pueden ser objeto de estudio no solo por el mensaje a transmitir, por el emisor o receptor, sino por la totalidad de lo que representan; han logrado obtener un lugar dentro de la sociedad, en función y como resultado de ella.

### 1.3. Comunicación visual

En la actualidad el ser humano recibe y elabora gran cantidad de información a través de la comunicación visual.

Comunicación visual *"es todo aquello que vemos con nuestros ojos, todo tal cual sin importar su contenido"*<sup>15</sup>

Actualmente es fácil obtener información importante de diversa índole mediante los mensajes visuales que se encuentran presentes en los medios existentes a nuestro alrededor, como las señales de tránsito, los anuncios publicitarios e incluso los naturales. Indudablemente, la expresión gráfica es la más difundida y de la que se obtienen mayores recursos.

Al hablar de comunicación visual es casi inevitable pensar en la comunicación gráfica, van de la mano o se incluyen la una a la otra. La comunicación gráfica esta orientada a la creación de

<sup>15</sup> Munari, Bruno. Diseño y comunicación visual. Pág. 72

mensajes visuales en superficies planas mediante medios impresos (carteles, revistas, flyers, espectaculares, entre otros); mientras que la comunicación visual genera medios tridimensionales, digitales y no necesariamente impresos (spots de televisión, animaciones multimedia, páginas web). Ambas encaminadas al propósito de comunicar mensajes visuales al ser humano.

Todas las imágenes de los mensajes visuales adquieren un valor determinado, obedeciendo al contexto donde se encuentran insertas. Pero principalmente se logra reconocer dos tipos de mensajes visuales: *los casuales y los intencionales*<sup>16</sup>.

Los mensajes casuales son aquellos producto de la naturaleza y son interpretados libremente por quien los recibe. Son mensajes fortuitos sin ninguna finalidad y no son planeados o estructurados socialmente.

En tanto que los intencionales son creados con el objetivo de transmitir cierta información precisa mediante un código determinado y su significado se debe entender en la manera en la que fue realizado.

Dentro de la comunicación visual intencional se deben examinar dos aspectos: el de la información estética y el de la información práctica. Por información práctica entendemos un dibujo técnico, una fotografía; por información estética comprendemos las líneas armónicas, las formas y volúmenes que encontremos en ellos.

<sup>16</sup> *Ibíd.*, Pág. 73

La estética no es igual para todo el mundo debido a la diversidad de pueblos, culturas y así mismo de individuos, por tanto no hay una estética particular para dicho dibujo o fotografía, lo que interesa es que su información sea recibida de acuerdo a los datos en los que opera su contenido.

La comunicación visual se enfrenta a muchas barreras, debido a la complejidad de sus relaciones, causas y consecuencias dentro de la vida humana. Pero a pesar de ello, si es utilizada de forma conveniente puede contribuir a resolver, en parte, el fenómeno de la comunicación y la necesidad, cada vez mayor, de comunicabilidad.

Para una mejor comprensión sistemática de la comunicación visual, encontramos aportaciones de otras disciplinas como la estética, la filosofía, la lingüística y la psicología. De igual forma dentro de la comunicación visual se encuentran otras áreas de estudio que hacen más práctico su desarrollo, como lo son la comunicación gráfica y la semiología.

### **1.3.1. Importancia de la comunicación visual**

El hombre actual se encuentra expuesto a numerosos mensajes, más que antes; es un receptor de estos y obtiene información a través de sus cinco sentidos, pero cada uno de ellos realiza una función de diversa índole.

“Actuando por separado, cada uno de los sentidos tiene tan solo un porcentaje relativo de efectividad: el gusto, el olfato, el tacto y el oído, en conjunto consiguen un 20% de información,

mientras que a través de la vista se capta el 80% restante”<sup>17</sup>. De ahí la importancia que adquiere cualquier sistema de comunicación catalogado como visual.

Como información visual se entiende que son todos aquellos datos que capta nuestra vista. Todo lo que nuestros ojos ven son emisiones potenciales de mensajes, pero la intención o propósito de esta hace más claro y ordenado el tipo de información recibida y, a su vez, enviada por todo lo que nos rodea.

Su importancia obedece también a la necesidad de eficacia y rapidez en la comunicación, transmitir los conceptos de forma rápida y sencilla es precisamente su función primordial: comunicar un mensaje de modo directo y eficaz.

Pero ¿por qué es importante establecer los conceptos de comunicación alternativa y comunicación visual? Esto es, debido a que actualmente una de las formas eficaces de lograr una buena comunicación, con cualquier finalidad ya sea informar o persuadir, es a través de los medios alternos que día a día se sirven más de la comunicación visual para producir sus mensajes.

Los medios alternos se ofrecen en diferentes niveles de la sociedad y muchas veces son originados ahí mismo, así reconociendo la conexión entre este nuevo tipo de comunicación con los receptores y emisores, se podrá, tal vez, establecer bases para estudiarlos como lenguajes comunicacionales de la sociedad.

---

<sup>17</sup> Torres Rizo, A. Introducción a la comunicación visual. Pág. 27

### 1.3.2. Semiótica y comunicación

Semiótica o semiología proviene del griego *semeion* que quiere decir signo, así una concepción primaria sobre la semiótica es que es "la ciencia de los signos". Según Charles Morris, ambas palabras pueden usarse indistintamente para referirse al mismo tema, pues su única diferencia radica en su traducción al español.

Para una definición teórica de la semiología es necesario observar dos definiciones consideradas clásicas sobre ella, que han sido las pioneras dentro de este campo de estudio tan amplio y diverso. Una de ellas es la de Ferdinand de Saussure que considera que:

*"La lengua es un sistema de signos que expresan ideas... simplemente es el más importante de dichos sistemas" por lo que entendemos la semiología como una ciencia que estudie la vida de los signos en el marco de la vida social*<sup>18</sup>.

Su definición de signo como entidad de dos caras (significado y significante) ha establecido algunas corrientes posteriores basadas en la concepción del significado como imagen mental, concepto y realidad psicológica y en el signo como artificio comunicativo intencional o artificial.

Charles Peirce la define de esta forma:

*"La semiótica es la doctrina de la naturaleza esencial y de las variedades fundamentales de cualquier clase posible de semiósis... por semiósis entiendo una acción, una influencia que sea, o suponga, una*

*cooperación de tres sujetos, como, por ejemplo, un signo, su objeto y su interpretante, influencia tri-relativa que en ningún caso puede acabar en una acción entre parejas*<sup>19</sup>.

Los sujetos de la semiósis son tres entidades abstractas de las que no importa su comportamiento comunicativo existente y define al signo como 'algo que está en lugar de algo para alguien' en ciertos aspectos y no considera la existencia de tales como intencionales o artificiales.

Partiendo de dichas concepciones se dice que la semiótica se encarga de estudiar los lenguajes, códigos y sistemas existentes en la vida social, tomando para ello como principal elemento al signo. A partir de esas concepciones se reconocen especialmente dos corrientes: la estructuralista, basada en el estudio de Saussure y la funcionalista, nacida del concepto de Peirce.

El estructuralismo pretende comprender las estructuras de significación llamadas lenguajes que son utilizados en la vida cotidiana y en las relaciones sociales; toma los hechos sociales como lenguajes significantes.

Así, Roland Barthes agrupa los elementos de la semiología en cuatro bloques de acuerdo a la lingüística estructural y a las teorías de comunicación<sup>20</sup>:

◆ **Lengua y habla:** la lengua es considerada un sistema de valores y convenciones necesarias para la comunicación, forma el lenguaje (combinación de signos articulados que incluye la

<sup>18</sup> Eco, Umberto. Tratado de semiótica general. Ed. Lumen, Barcelona, 1978. Pág. 44

<sup>19</sup> Ibíd., Pág. 45

<sup>20</sup> Barthes, Roland. Elementos de semiología. Pág. 99

fonación). El habla es un acto individual que permite al sujeto la utilización del lenguaje para expresarse. Ambos términos están unidos por una relación dialéctica en la que no hay lengua sin habla, pues la primera es posible gracias al habla, es su producto e instrumento. Posiblemente para la comunicación visual se puede equiparar a la relación del código y el mensaje.

● *Significado y significante*: el significado es el contenido, el plano de contenido o la sustancia, mientras que el significante es la representación del signo, el plano de expresión y la forma.

● *Sintagma y sistema*: para la lingüística se desarrolla el sintagma como combinación de signos formando grupos, el sistema es el resultado de esa agrupación y logra la asociación con otras unidades presentes en la memoria del individuo.

● *Denotación y connotación*: la denotación tiene cierta correspondencia con el plano sustancial del signo, lo define y delimita sus características. La connotación eventualmente puede encontrarse en el plano expresivo y es un tanto asociativo con el contenido, recurre a las memorizaciones o experiencias del ser humano sin llegar a ser específico.

Estos bloques pueden ser acondicionados para su utilización en el estudio semiótico de los gráficos y la comunicación visual, lo que abordaremos más adelante.

El estructuralismo busca sistemas de diferencias que nos ayuden a explicar estructuras que llevan formas de comunicación social<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> Paoli Bollo, J. Antonio. op. cit. Pág. 41

El funcionalismo, también basado en las teorías de la comunicación, propone hacer un estudio de las funciones de cada uno de los componentes que intervienen en su proceso. Reconoce tres niveles básicos de semiósis que son: sintáctico (relativo a la sintaxis de los signos), pragmático (la interpretación dada a partir del sujeto) y semántico (la contextualización y desenvolvimiento del signo).

En términos generales, se ha establecido que existen diversos fenómenos de comunicación, en cada uno de ellos persiste un carácter lingüístico que debe ser cuestionado, el cual no es aplicable a la comunicación visual, pero sí tal vez un cuestionamiento signico, ya que en el hay lineamientos específicos que permiten ser interpretados al estar basado en el uso de códigos y signos, pues en todo lo que existe visualmente encontramos un lenguaje, uno en especial: el de los signos.

Los signos están presentes en la lengua, la escritura, el arte, la naturaleza y en todo lo que nos rodea. El uso de ellos permite que quien los observa pueda percibir visualmente todo lo que contienen; los seres humanos, como los demás seres vivos, tienen la capacidad de responder a esos signos.

Para entender la semiótica es necesario entender lo que es un signo. Todo aquello que nos indique algo, que nos proporcione cualquier tipo de información, es un signo.

*"Es cualquier cosa de carácter convencional que representa o sugiere otra"<sup>22</sup>, "... se pone en lugar de otra cosa"<sup>23</sup>*

<sup>22</sup> *Consultor universal*. Tomo 5. Ed. Grijalbo, Barcelona, 1990.

<sup>23</sup> Eco, Umberto. *Signo*. Ed. Labor, Barcelona, 1988. Pág. 23



Estos niveles o dimensiones surgen a partir de las conocidas 'relaciones triádicas' presentes en el signo (significado, significante y referente) y a cada uno corresponde un nivel. Para la comunicación visual, estos niveles son esenciales pues sin ellos es difícil lograr un proceso comunicativo exitoso.

Obedeciendo a esas relaciones triádicas, es importante la interrelación continua de estos niveles, ya que cada uno con los otros dos siempre estará conjugado y conectado.

### **Pragmático**

En este nivel se estudia la relación entre los significantes y los intérpretes, por consiguiente su valor dominante es la expresión del significado.

Es la consideración del signo en sus propios orígenes, es decir los signos tienen que ser comprendidos dentro de las prácticas sociales y culturales del receptor ya que sus significados dependen de la cultura e ideología del grupo social que los produce y así mismo los utiliza.

Al estar más cerca de estas prácticas, mayores son las posibilidades de su aceptación y su funcionamiento con el receptor y más fácilmente se cubrirán los otros niveles. En este nivel se incluye además, la practicidad del signo, lo legible o entendible que es para quien lo recibe.

Dentro de la comunicación visual y gráfica, este nivel es el portador de la ideología y obedece a varias de sus cualidades y objetivos como lo es el del impacto visual y otros factores de espacio, pues el impacto visual ofrece mayor fuerza perceptiva y hace más práctico el mensaje, lo cual es aplicable a todo tipo de mensajes gráficos.

El nivel pragmático se refiere a lo práctico del signo y las prácticas sociales del receptor y solamente él se enriquece y recrea el mensaje, atendiendo a su preparación, sus referentes y a sus capacidades crítica y emotiva.

En la comunicación visual su estudio se realiza siguiendo tres aspectos<sup>27</sup>:

- *Pertinencia y potencialidad de la expresión*: es la correcta expresión de un mensaje para evitar confusiones en su interpretación

- *Actitud del intérprete*: el intérprete es toda persona receptora de mensajes con información a través de figuras significativas; para interpretar intuye, observa y obtiene información de los elementos gráficos y relaciona las figuras denotadas con los conceptos mentales que ya tiene de lo representado. Aquí el intérprete es considerado pasivo pues reciben la información sin la intención de buscarla, la perciben, intuyen, comprenden o interpretan pero casi nunca las analizan.

- *El significado como consecuencia*: la expresión del significado al final del proceso de la semiósis, representa la etapa donde se comprueba el verdadero contenido de los significantes y

\* Llamadas así por Roman Jakobson en sus "Ensayos de lingüística general"

<sup>27</sup> De la Torre y Rizo, Guillermo. *Introducción a la comunicación visual*, Pág. 89

su correcta funcionalidad; el creador de significantes (comunicador) debe evaluar los resultados mediante la retroalimentación con el receptor.

### Sintáctico

Se conoce como gramática a la lógica aplicada al lenguaje; dentro de ella encontramos la sintaxis que es el estudio de la conexión de los signos, lo que a su vez es el estudio de los significados resultantes de las relaciones establecidas entre los signos, de lo que resulta un signo insertado en otras secuencias o procesos de signos.

Lo sintáctico se refiere al "*estudio de la estructura interna del signifiicante del signo...*"<sup>28</sup>, es decir, estudia las relaciones de los significantes entre sí y su relación con su propia estructura. Las relaciones sintácticas también hacen énfasis en las relaciones del signo con los objetos, o bien, corresponde a la conexión de unos signos con otros y con su entorno.

Las relaciones o conexiones de los signos deben estar estructuradas de manera lógica para que su significado pueda llegar mejor al receptor puesto que si esta lógica no existe entonces el significado desaparece; además por que un signo único y solitario no tiene mayor riqueza si no existe en un contexto determinado, pero dicho contexto es el que la sintaxis le otorga.

Considerando estos aspectos, el estudio de la sintáctica puede dividirse en<sup>29</sup>:

<sup>28</sup> La sintaxis. Ed. Nueva Imagen, México, 1979 apud Signo. Umberto Eco, Pág. 28

<sup>29</sup> De la Torre y Rizo, Guillermo. Op cit. Pág. 107

● *la estructura formal*: son los elementos visuales que integran la forma o figura del signifiicante

● *la estructura relacional*: son aquellas relaciones entre los significantes como parte de un sistema de comunicación.

Así, la sintaxis habla de las reglas de formación y transformación de los signos para lo cual necesita auxiliarse de los otros niveles; para la comunicación gráfica, la relación de la semántica y la sintáctica genera a su vez dos campos de estudio<sup>30</sup>:

○ *la estructura armónica*: analiza la estética y la estructuración armónica de las formas

○ *los sistemas visuales de comunicación*: estudia el funcionamiento de las normas de visibilidad; su objetivo es la normalización en el uso adecuado de sistemas de información gráfica; examina los aspectos que relaciona unos significados con otros en forma lógica para mejorar la acción significativa del mensaje total.

En la comunicación visual y gráfica para cubrir totalmente este nivel, es indispensable que el sistema a comunicar se integre fácilmente con el espacio (visual) donde se vaya a emplear, es decir, debe existir la posibilidad de integrarse dentro de su entorno.

<sup>30</sup> Morris, Charles. Fundamentos de la teoría de lo signos. Pág. 28

## Semántico

En esta dimensión o nivel el signo es considerado con relación a lo que significa. Es el encargado del significado que nace o se asigna de acuerdo al contexto. El significado hace posible relacionar e interpretar; la semántica es la relación entre el signo y el concepto, es la interpretación que marca al significado.

La semántica se ocupa de la relación de los signos con sus objetos y determina la aplicación de un signo en ciertas circunstancias y bajo ciertas condiciones. Es aquí donde podemos encontrar las concepciones del signo identificado como índice, símbolo o icono\* pues esto depende del resultado de la aplicación de sus características sobre un medio determinado donde se va a desenvolver.

Para la comunicación visual la semiótica es *"la relación entre los gráficos y el significado implícito de acuerdo con la función que realiza"*<sup>31</sup>, se aplica a los signos y símbolos que portan el mensaje. De acuerdo a sus variables semánticas pueden agruparse en dos:

• Las de *motivación analógica*, que representan la denotación gráfica o imagen de un objeto real conocido en el ámbito donde va a emplearse; esta imagen es de tipo icónico y puede abstraerse formalmente sin perder una configuración característica, por ejemplo los pictogramas.

• Las de *motivación homológica*, que son representaciones gráficas de forma convencional y su configuración puede ser abstracta o geométrica y denota formas irreales de invención humana con significados 'arbitrarios', por ejemplo las letras del alfabeto o una flecha de señalamiento.

En este nivel se hace más clara la permanente interrelación que debe haber entre los tres niveles puesto que sin esta interrelación el proceso semiótico no podría lograrse.

### 1.3.2.2. Códigos

Las relaciones del significante, como elemento en el plano de la expresión, y el significado como elemento del plano de contenido, están reguladas por códigos. Un código estructura la relación entre significado y significante haciendo que tengan sentido.

Para el diseño el código es una condición necesaria que ayuda a comprender el proceso de configuración formal (el diseño en sí) pues esta determina el contenido de un signo.

Los códigos cromático, tipográfico e icónico, son criterios a los que el diseñador puede recurrir para la conformación del mensaje gráfico; en cada uno de ellos se establecen ciertos parámetros que permiten una mayor adecuación de esos elementos para el usuario, atendiendo tanto a las características de este como a las propiedades de la tipografía, el color y los signos.

\* Estos elementos forman parte del código icónico (ver Pág. 24 del presente Capítulo)

<sup>31</sup> Ibíd. Pág. 61

## Cromático

El código cromático trata sobre el uso y aplicación del color. Es uno de los recursos esenciales de la comunicación visual pues su capacidad de expresión es amplia y muchas veces su aplicación es universal. Adentrarse al mundo del color es enfrentarse a un campo de estudio bastante amplio y a conocimientos que abarcan diferentes disciplinas.

El color es *"un hecho de la visión que resulta de las diferencias de sensibilidad del ojo a las diferentes longitudes de onda que componen lo que se denomina 'espectro' de la luz blanca..."*<sup>32</sup>, esta cargado de información y expresión. Es una propiedad de la luz que percibe el ojo humano más que una propiedad del objeto, es físico pues lo vemos y depende completamente de la presencia de luz que bien puede ser natural o artificial.

Las principales cualidades del color son matiz, saturación y tono, aunque existen autores que consideran al tono, la saturación y la luminosidad sin embargo sus definiciones derivan al mismo resultado.

El matiz es el color en sí, es su calidad propia; la saturación es el grado de pureza del matiz; luminosidad es la cantidad de color presente en los objetos, el valor (la claridad u oscuridad del color) y la intensidad (es la fuerza de un color) se encuentran aquí. Dentro del tono encontramos también lo que se conoce como tintes, que son las tonalidades más claras y los matices, que son las más oscuras.

<sup>32</sup> Costa, Joan. Grafismo funcional. Pág. 101

Para una posterior definición acerca de las formas de clasificación de los colores se presenta el siguiente círculo cromático, del que se desprenden otras subcategorías para los colores (ver Fig. 2.1).

Los colores se clasifican además de acuerdo a sus características. Existen los colores primarios ya sea de pigmento o los resultantes de la luz; esos primarios son rojo, amarillo y azul de pigmento (magenta, amarillo y cian en medios impresos) y en la luz son el verde, rojo naranja y azul violeta. De la combinación de estos resultan otros que llamaremos secundarios (ver Fig. 2.2).

Por su sugerencia psicológica se clasifican en fríos, neutros y cálidos, teniendo como fríos a los tonos predominantemente azules y los cálidos a los de valor fuertemente rojizo, los tonos neutros son verdosos o purpúreos y no muy atrayentes.

Existen también ciertos esquemas que permiten hacer funcional la aplicación del color, se basan en el disco cromático y las posiciones de los colores en él resultan en estos esquemas básicos:

- *complementario*: aquellos colores opuestos y que presentan mayor contraste
- *análogo*: son colores consecutivos, normalmente tres, o cualquiera de sus matices y tintes además sin contraste
- *monocromo*: las variaciones de matiz y valor de un color
- *acromático*: utiliza el negro, blanco y los grises

<sup>33</sup> Basado en los esquemas presentados por Bride M. Whelan en "Color Harmony 2"

● *de choque*: combina un color con el tono de la derecha o izquierda de su complemento

● *neutral*: utiliza tonos que han sido neutralizados al agregar su complemento o negro

Los esquemas mas utilizados en la comunicación gráfica son el análogo, complementario y el monocromo<sup>33</sup>; aunque las variaciones de estos permiten nuevas alternativas mayormente creativas e impactantes.

El color es además, un elemento comunicante, su utilización se guía por los criterios de su función como son llamar la atención, desarrollar asociaciones, crear atmósferas, lograr integración, realce o pertenencia y mayormente producir efectos psicológicos.

Los efectos psicológicos que se intentan provocar con la utilización del color permiten una nueva subdivisión un tanto amplia y complicada, que es más o menos parecida a la de sugerencia psicológica mencionada anteriormente con los fríos, neutros y cálidos, esta subdivisión los agrupa globalmente por lo que producen en: ardientes, frescos, pálidos, brillantes, vitales, terrosos, suaves, acogedores, elegantes, majestuosos, nostálgicos, enérgicos... y muchas más denominaciones, llamados así por lo que provocan y por la propuesta de uso que se hace de ellos.

<sup>33</sup> Turnbull, Arthur y Russell N. Baird, *Comunicación gráfica*, Ed. Trillas, México, Pág.

\* Clasificación descrita en el libro de Armonía del color de Bride M. Whelan, como una de las tantas formas de conceptualizar las sensaciones provocadas por el color y sus aplicaciones tanto en el diseño como en la decoración de interiores.

Por otro lado, tomando como base los aspectos psicológicos del color su aplicación depende de varios factores; en cuanto a su expresividad, de acuerdo a Joan Costa<sup>34</sup>, tiene diferentes aplicaciones: denotativo, connotativo y esquemático.

● *El denotativo* es utilizado por su capacidad de representación figurativa, de mayor realismo para la identificación de los objetos, se maneja de acuerdo a la intención que se tiene para la forma y va de lo icónico a lo saturado y lo fantasioso.

- El *color icónico* acentúa el efecto de realidad, es detallista y preciso; el saturado es la exaltación de la realidad, es brillante, luminoso y contrastado; el color fantasioso resulta de la manipulación de lo real y forma una ambigüedad con la forma.

● *el color connotativo* evoca los valores psicológicos, simbólicos y estéticos, provoca diversas sensaciones en el observador.

- El color psicológico se refiere a los efectos que el sujeto obtiene, produce sensaciones corporales y psíquicas en el ser humano.
- El color simbólico tiene mucho que ver con el psicológico, sin embargo las resultantes son significados atribuidos por los actos culturales o sociales y se guían por las experiencias visuales, por ejemplo: el rojo en el aspecto psicológico es pasión y vitalidad mientras que simbólicamente es la sangre o es fuego.

<sup>34</sup> Costa, Joan, op cit, Pág. 133

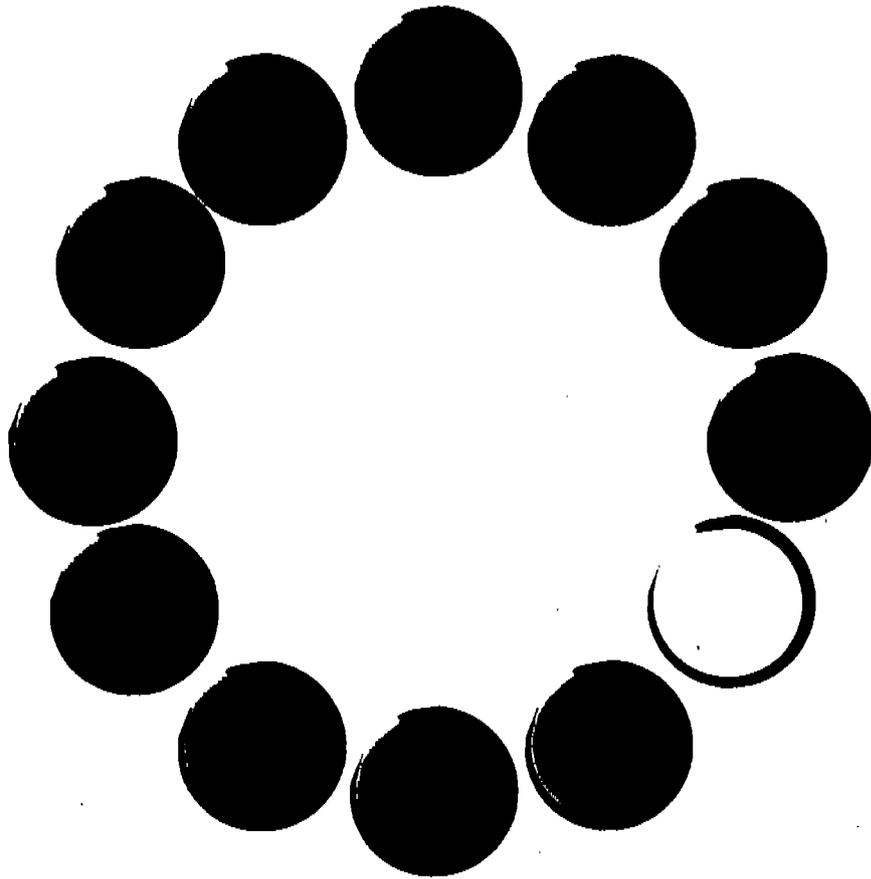


Fig. 2.1 Círculo cromático

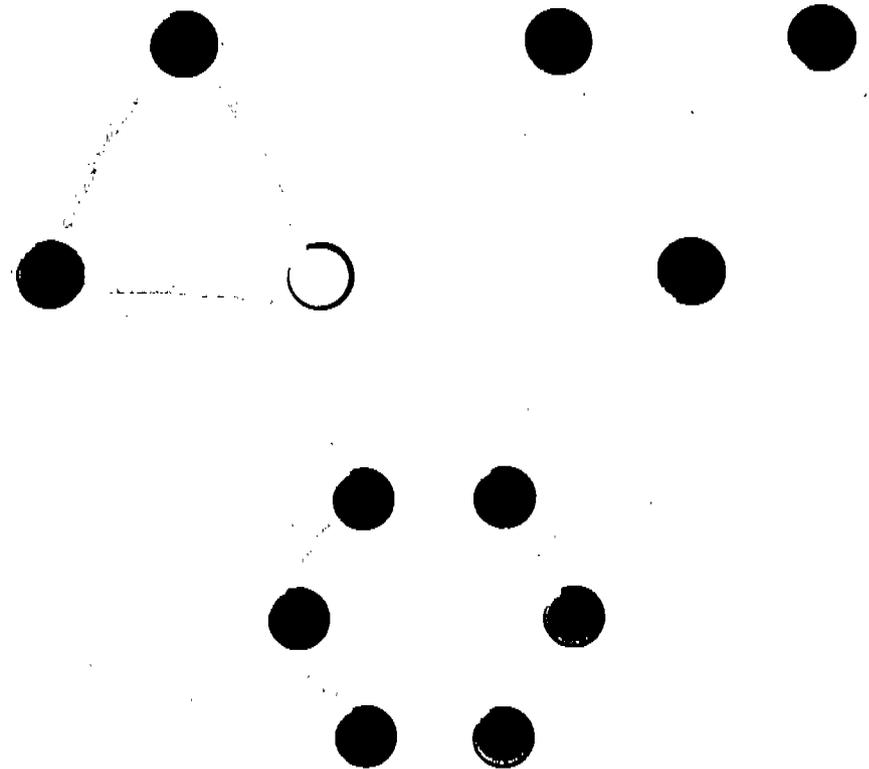


Fig. 2.2 Colores primarios, secundarios y terciarios por su ubicación en el círculo cromático

● *El color esquemático* es la funcionalidad plena, aquí el color se convierte en materia. Se divide en emblemático, señalético y convencional.

○ El emblemático es de uso social y de resultado cultural, ejemplo de esto son las aplicaciones en las banderas nacionales.

○ El señalético se aplica en el espacio de acción de los individuos y se encuentra fuertemente codificado para su uso universal también; estudia diversos aspectos en cuanto a la funcionalidad de su lenguaje.

○ El convencional es utilizado en mensajes con intenciones expresivas y de abstracción por parte del diseñador, muchas veces su empleo es puramente decorativo sin ningún otro propósito.

Así, recordemos que el código propone la utilización del color de acuerdo a ciertas características y propiedades y la correcta combinación de ellos permitirá saber de que manera explotar los colores y hacer un diseño exitoso, el diseñador solo deberá conocerlos y saber aplicarlos.

Pero en los mensajes gráficos existen otros elementos y también con ellos debe haber buena relación, así que es necesario conocer sus características.

### Tipográfico

El código tipográfico se compone de determinadas condiciones prácticas que hacen apta la función de la tipografía. Aquellos mensajes gráficos con caracteres en él guían al receptor

y le proporcionan información, de manera inconsciente sus formas visuales también le transmiten algo y le influyen de cierta forma.

Por tipografía entendemos que son símbolos visuales, se refiere al uso de 'letras' o caracteres tipográficos, incluyen números, signos de puntuación y otros símbolos, como los matemáticos.

Algunos conceptos básicos de la tipografía son:

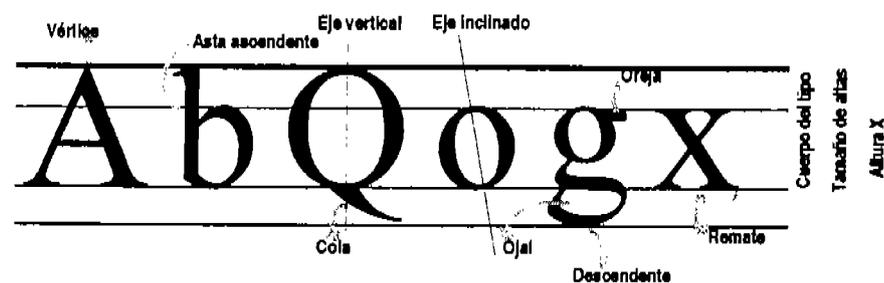


Fig. 2.3  
Basado en el esquema de Lewis Carroll (La tipografía del siglo XX)

Cuando las letras individualizadas componen conjuntos estos son organizados de la siguiente forma:

● Grupos: es la forma más general de clasificar la tipografía, para lo cual se toman en consideración dos aspectos primordiales que son su desarrollo histórico y su forma estructural. Aunque existen diversas problemáticas en cuanto a esta clasificación, no es determinante ni concluyente.

○ *Tipos romanos*: son los más numerosos y los más utilizados. Se caracterizan por contrastar rasgos suaves y fuertes y por el uso de remates. Se subdividen en estilo antiguo o humanista y estilo moderno o didone (estos últimos con un remarcado contraste de rasgos).

○ *Serif*: son tipos con potentes remates cuadrados, de cuerpos pesados y robustos.

○ *Sans serif gótico*: también llamados lineales o de palo seco por no tener remates, son las segundas más usadas. Tienen poco contraste en sus rasgos y pueden llegar a ser monótonas. Dentro de esta existen otras subdivisiones como el geométrico, neogótico y humanista.

○ *Caligráficos*: tratan de imitar la escritura manual y los caracteres se unen aparentemente.

○ *Decorativos*: son difíciles de agrupar por tener muy pocas de las características anteriores, muchas veces su utilización es meramente ornamental y estética más que funcional.

◆ *Familias*: es el estilo seguido en el diseño de las letras, son características que separan una familia de otra. Dentro de ellas pueden haber variaciones formales en cuanto a la estructura (redonda, estrecha, ancha), en la amplitud (condensada o expandida), por su peso (bold, demibold, light, extrabold, normal), o por su posición e inclinación (cursiva o itálica, normal).

◆ *Fuentes*: es el estilo concreto de un conjunto de letras, esta integrado de letras, números, signos ortográficos y algunos caracteres especiales.

También existen determinadas unidades de medición para las tipografías, las básicas son: puntos, picas, pulgadas y centímetros y sus equivalencias son:

Pgd = 2.54 cm.      Pica = 12 Pts.      72 Pts. / 6 picas = 1 pgd

Los elementos a considerar al elegir una tipografía para los mensajes gráficos son:

◆ *Funcionalidad*: que esta dada por una buena lectura del texto, la combinación con los demás elementos gráficos y la técnica, que será la forma de producción del texto.

◆ *Legibilidad*: es la visibilidad del receptor en cuanto al caracter, permite la comprensión del texto por lo que este debe ser agradable estéticamente. Influye el diseño de la letra como su tamaño y peso así como las características que acompañan un mensaje gráfico, como los márgenes, espacios y demás elementos del diseño. Debe agregarle cierto ritmo al texto si este es amplio, así como proveerle de movimiento y no prestarse a confusión.

◆ *Propiedad o adecuación*: se refiere a esa compatibilidad existente entre la tipografía con los demás factores como la composición, el diseño del texto, las características propias del lector y algunas implicaciones psicológicas de los caracteres.

◆ *Connotación y psicología*: las implicaciones psicológicas son las sensaciones que pueden llegar a provocar las letras y la

---

\* Estas propuestas están basadas en las desarrolladas por Joan Costa (*Grafismo funcional*) para el uso de la tipografía señalética y en las aplicaciones para la creación editorial de Turnbull y Baird (*Comunicación gráfica*).

interpretación que de ellas hace el lector. La connotación es un factor de significación, por tanto de comunicación aunque de manera indirecta; la información es transmitida por el aspecto y la estética de la letra.

Al elegir la tipografía a utilizar es necesario considerar los aspectos aquí mencionados además de varios otros, que van desde la funcionalidad del carácter y las características estéticas del mismo hasta la buena visibilidad tanto en el mensaje gráfico así como dentro del entorno donde se piensa colocar. De igual manera, es necesario que la presencia de otros elementos esté fundamentada por las características empleadas.

### **Icónico**

Este código se basa en la transformación de las imágenes o gráficos recibidos de forma directa por el ojo humano, en información visual la cual permite rápidamente acceder a lo contenido en ellas previa codificación interna del espectador.

Las imágenes se abstraen y se convierten en mensajes icónicos, configurados específicamente con un fin. Aunque si bien es cierto toda imagen esta llena de signos visuales que deben ser estudiados de forma particular.

Si se considera la relación triádica de Pierce en la que el signo contiene tres relaciones que son consigo mismo, en relación al objeto y en relación al interpretante, se encuentran en cada una de ellas fenómenos de comunicación visual.

Por ejemplo, en relación consigo mismo, los signos se refieren a sensaciones y a la calidad del objeto representado, como

pueden ser eventos de la vida real o a los objetos de la naturaleza o la cultura. En relación al objeto representado, es aquí donde el signo alcanza las dimensiones de ícono, índice o símbolo\*. Estas dimensiones son particularmente amplias.

- *Ícono*: son representaciones realistas, de semejanza y analogía. Son "aquellos signos que tienen una cierta semejanza innata con el objeto al que se refieren"<sup>35</sup> esa semejanza es el gran parecido con el objeto, por ejemplo, un retrato con la persona retratada.

Lo que Morris identifica en el signo icónico que posee algunas propiedades de ese objeto y es completamente denotativo, sin embargo hay que recordar que el ícono es semejante al objeto solo en algunos aspectos y reproduce algunas condiciones o rasgos fundamentales que percibimos de él y recurrimos al reconocimiento mediante datos previamente obtenidos o presentes en nuestra memoria.

Cabe resaltar que esto también tiene que ver con la valoración de la iconicidad. El grado de iconicidad se basa en la reproducción de ciertas características del objeto a representar lo que puede tener variaciones, las cuales determinan ese valor.

Por ejemplo, la foto de una mujer es un ícono, así como el dibujo de esa misma mujer, sin embargo la representación de sus propiedades es diferente por lo tanto la fotografía tiene mayor grado de iconicidad que el dibujo.

---

\* Para una mejor definición sobre la relación de estos elementos puede referirse al Código Semántico que son mencionados en la clasificación que Pierce menciona (Ver pág. 17 del presente Capítulo)

<sup>35</sup> Vilches, Lorenzo. Teoría de la imagen periodística. Pág. 25



Fig. 2.4 Iconicidad

Ahora, existe también una clasificación de los íconos para su utilización en la comunicación gráfica y visual:

- o Identificativos: gracias a las características o rasgos que reproduce podemos identificar al objeto
- o Descriptivos: la descripción visual es más detallada
- o Nominativos: la imagen nombra al objeto, es reiterativo
- o Vicariables: son iconos de apoyo para un texto

- *Índice*: un índice es algo que dirige la atención hacia el objeto gracias a un impulso, todo índice comunica algo mediante impulsos basados en experiencias pasadas o a convenciones previamente establecidas.

Atraen nuestra atención y establece una conexión con el observador y lo hace reaccionar, exigiendo una respuesta.

Un claro ejemplo serían las señales y señalizaciones; si tomamos la silueta de una mujer (un pictograma) y lo colocamos en una puerta nos indica generalmente el sanitario de mujeres.

Como se ha mencionado anteriormente, un signo tiene cierta función o cierto significado de acuerdo al contexto donde se encuentre inserto, pues aunque la silueta de la que hablamos es todavía un ícono ya que reproduce las características sobresalientes de la mujer, al estar colocado en la puerta y gracias a las convenciones de las señales, al código cromático y a la experiencia del usuario, entonces este se vuelve un índice pues nos "indica".

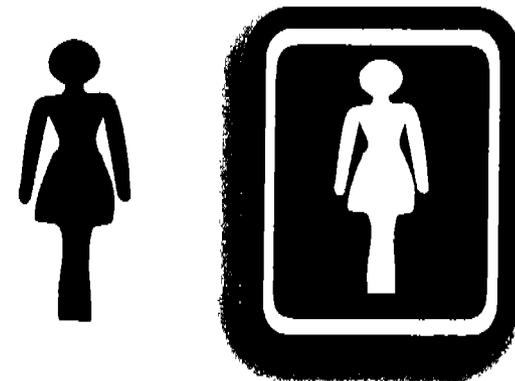


Fig. 2.5 Índice

**Símbolo:** son representaciones abstractas y aún más convencionales que el ícono y el índice, pues son aceptadas tan solo en cierto contexto. Tienen relación con elementos históricos, culturales e ideológicos.

Este lleva en sí el significado y sigue siendo una representación pero esta cargado de abstracciones de emociones y sentimientos. Su significado se establece por la relación con el contexto, normalmente representa conceptos y solo tiene vigencia en el lugar mismo donde se originó.

Siguiendo con los ejemplos anteriores, tomemos por ahora la escultura de una mujer, bien puede ser el símbolo de feminidad, sensualidad o incluso simbolizar a la madre patria, recordando que de acuerdo a los elementos históricos y culturales del lugar donde se encuentre se le dará el significado.

La conjugación del uso de ícono, índice y símbolo permiten una gran variabilidad en la intención del emisor; pueden estar los tres elementos presentes en un vehículo de comunicación y puede, cada uno por su parte, tener una función específica que al combinarlo con los demás elementos toma entonces un nuevo sentido.

Así se determina que los signos visuales son unidades de comunicación que tienen como objetivo enlazar las intenciones del emisor, la estructura del mensaje y la lectura del receptor.

El código icónico establece algunos parámetros para ser empleados en los mensajes gráficos y propone consideraciones para el adecuado uso de los signos visuales como imágenes que le permitan al receptor leerlos correctamente mediante la

sensibilización, percepción e interpretación de los elementos propios del signo.

En realidad el aspecto icónico está referido en lo que se ha visto de niveles de comunicación (mayormente en el semántico) dicho código sigue las pautas establecidas por ellos para el funcionamiento del signo, para la comprensión del código bastará con referirse a su interpretación.

---

## CAPÍTULO 2

### LA CULTURA Y LOS ANTECEDENTES DEL GRAFFITI

## 2.1. Conceptos de Ideología, Identidad y cultura

Dentro de la sociedad existen factores que permiten su estructuración y evolución, tal es el caso de la ideología, la cultura y, de forma aún más específica, la identidad.

Estos factores se encuentran ampliamente relacionados pues hacen posible la formación de sociedades distintas con características más o menos definidas, además la interacción constante de estos elementos establece lineamientos que poco a poco desarrollan el curso de la sociedad.

Es necesario comprenderlos aisladamente para conocer su funcionamiento y después comprobar la manera en que están conectados.

En cuanto a la ideología, se considera que forma parte del estudio de la filosofía concretándose en realidad como *la ciencia o estudio de las ideas*<sup>36</sup>. Hace referencia al conjunto de ideas (incluyendo creencias y actitudes) que caracterizan a un grupo de personas; se define como: "*conjunto de ideas, valores, aspiraciones, etcétera, elaboradas socialmente y asumidas individualmente a través de las cuales una persona, grupo social o corriente tiene una representación de la realidad social...*"<sup>37</sup>, donde se aclara que no solamente se refiere a un grupo de personas sino a cada persona particularmente.

<sup>36</sup> Plamenatz, John. *La Ideología*. Ed. Fondo de cultura económica, México, 1983.,

Pág. 15

<sup>37</sup> Diccionario Grijalbo Tomo 5, Pág. 995

Cada ideología forma parte del proceso social, es un conjunto de opiniones que poco a poco se va estructurando hasta llegar a imponer una tendencia, la cual a su vez impulsa a los hombres a 'deformar' sus pensamientos y su forma de actuar para así corresponder con los intereses del grupo social del que forma parte.

Así, es posible decir que la ideología comprende ideas sociales y propone lineamientos que hacen al hombre tomar una posición y mediante ella guiar su concepción del mundo pues una vez interiorizada es un punto de partida para la reflexión.

Para algunos ideólogos y sociólogos, la ideología se compone de varios elementos, por un lado están los políticos, científicos y artísticos, mientras que por otro encontramos los jurídicos, morales y los religiosos. Estos elementos, analizados detenidamente, son normas o tendencias que guían la conducta y el pensamiento de cada ser humano, así también, la función de la ideología es recíproca pues esta se manifiesta en el arte, el derecho, las actividades económicas y en la vida cotidiana del hombre.

Para una concepción de la cultura existen diversas opiniones y valoraciones al respecto, pero en un panorama amplio se puede definir como: "*el conjunto de creencias, valores, tradiciones, instituciones y lenguaje que elabora y transmite una sociedad; refleja las condiciones materiales de su existencia y proporciona instrumentos para alterarla*"<sup>38</sup>.

<sup>38</sup> Consultor Universal Grijalbo Tomo 2, Ed. Grijalbo, Barcelona, 1986

Como se puede ver, la cultura esta constituida de varios elementos por lo que para hablar de una en particular es necesario examinar esos conceptos que conforman a la sociedad; la cultura a su vez establece las bases para fomentar una sociedad bien estructurada que siga las normativas que esta misma crea constantemente.

La cultura es un proceso de socialización que conlleva ciertos valores y conocimientos, puede decirse que es el resultado de la ideología ya que dentro de una cultura pueden existir varias ideologías si consideramos que es el conjunto de ideas y actitudes de una persona o un conjunto de ellas.

Es así, que el resultado de todas las ideologías presentes en una sociedad hacen posible la formación de la cultura. Mientras que la ideología es el pensamiento que guía al hombre, la cultura es el resultado de sus pensamientos, acciones y también forma parte de ella.

La cultura además está constantemente relacionada con los sucesos históricos que acontecen en referido lugar, igualmente muchos otros factores intervienen en su formación como las condiciones geográficas, las ambientales, las influencias y aportaciones de otras culturas, entre otros.

La cultura y la ideología forman parte de un ser humano, de un individuo, pero al haber gran cantidad de ellos es innegable la diferenciación de sus pensamientos y sus creencias, dichas diferencias pueden resultar en algo que se conoce como *identidad*.

En cuanto a la identidad se define como: *tener la calidad de idéntico, ser totalmente igual o presentar muchas semejanzas*<sup>39</sup>. Es la circunstancia de igualdad entre dos partes.

En cuanto a las formas del pensamiento humano, la identidad tiene que ver con la idea de 'identificarse', sentirse con las características apropiadas para encajar en cierto sector social. Pero esto no solamente se refiere en cuanto a las clases sociales sino además a tener la misma ideología y más específicamente a tener los mismos patrones de conducta y comportamiento del grupo social o corriente a la que se pretende identificar. La identidad le permite al individuo saber de qué forma parte.

Los patrones de identidad son aún más remarcados en la adolescencia y en la juventud, ya que ayudan al individuo a definirse como un ente social, a adoptar posiciones que van enteramente ligadas a cierta ideología, por lo que también será necesario tener características notorias de ese grupo, por ejemplo la música, la vestimenta, el vocabulario y en muchas ocasiones las aspiraciones.

Lograr la identidad con algún grupo social le da confianza al sujeto para establecerse como un 'individuo' único y diferente a los demás pero que forma parte de ese grupo social que a su vez forma parte de la sociedad.

Así, al referirnos a la sociedad encontramos que los términos aquí mencionados están considerablemente relacionados: el individuo social tiene una identidad propia, esta conlleva toda una ideología la cual forma parte de la cultura de esa sociedad donde

---

<sup>39</sup> Consultor Universal Grijalbo Tomo 3, Ed. Grijalbo, Barcelona, 1986

se desenvuelve; igualmente el desarrollo de la ideología y de la identidad se ve reflejado en la evolución de la cultura.

## 2.2. Cultura urbana

Se llama ciudad a la aglomeración y asentamiento espacial de la población humana (con las características de dimensión y densidad) con relación a la naturaleza, es un espacio geográfico. Lo urbano es el resultado de esa aglomeración, es decir, son las acciones y actividades resultantes de esa concentración, por ejemplo la economía o incluso las construcciones arquitectónicas. Una urbe es entonces, la totalidad de ese régimen de espacio geográfico-actividades y acciones resultantes del ser humano.

Como cultura urbana podemos identificar aquel conjunto de ideas, tradiciones, costumbres y pensamientos que son propios de la ciudad. Es un sistema de valores, actitudes y comportamientos desarrollados en ella. Por tanto, es el resultado ideológico de la confrontación de diversas sociedades concentradas en un punto en particular: la ciudad.

Si se profundiza en las características de la cultura que se desarrolla en la ciudad se puede encontrar que hay muchas variables que la diferencian de aquellas que se desarrollan en otras regiones del país.

Esta amplia variedad de características entre la cultura de las ciudades más grandes y las más pequeñas, obedece a los factores de progreso y desarrollo en el ámbito económico, educativo y tecnológico.

Esto se debe quizá a que las grandes ciudades concentran un gran número de personas provenientes de diferentes regiones del país, por lo que poco a poco la cultura que cada individuo trae consigo se va mezclando con la de los demás y si agregamos cierta ideología propia de la ciudad entonces resultan particularidades ideológicas y culturales de este centro de reunión; sin embargo las razones para encontrar una cultura urbana son igualmente diversas y dispersas, el caso es que sí encontramos marcadas diferencias entre la cultura y las provenientes de áreas rurales o provincianas.

La influencia e invasión de elementos provenientes de otros países así como la globalización de los medios y los recursos tecnológicos (tales como el lenguaje y las ideologías, los programas y películas extranjeras, intercambio comercial, etcétera) son probablemente de los mayores factores que afectan y contribuyen en la creación de esta nueva cultura.

El choque de culturas, la ciencia, la tecnología y el desarrollo económico, aunado a la gran influencia de corrientes extranjeras presentes en los medios masivos de comunicación, conforman la cultura urbana; se considera que es opresora y somete a las clases populares o marginales aún cuando a su vez estas sean el principal elemento que la conforma.

La conjugación de esos elementos da vida a una nueva cultura, que no debe ser confundida con la cultura popular pues esta se refiere únicamente a la cultura propia de las clases sociales más bajas, a las masas y a los sectores populares. La cultura urbana no la excluye, sino que incluye a todos esos individuos que conforman la vida citadina, bien sea de clase

media, baja o alta, por el simple hecho de ser un miembro más de esta ciudad.

### 2.2.1. Arte urbano

Aunque la definición primaria del arte lo establece como "*la actividad humana que genera emociones a través de diversos artificios y elementos*"<sup>40</sup>, es necesario mencionar que el arte pretende no solo generar emociones sino además transmitir ideas y conceptos, bajo esta concepción del arte podremos establecer una definición más acertada sobre lo que es el arte urbano.

El surgimiento del arte obedece al contexto y a la situación que se vive en el presente, el arte urbano es aquel que surge de entre los grupos sociales insertos en las grandes urbes, en las ciudades.

Las ciudades son el lugar donde se reproducen ideologías, se desarrollan propuestas y surgen movimientos sociales además de económicos.

El arte urbano está lleno de manifestaciones, estas pueden ser estéticas, sociales, culturales, pero nacidas bajo la capa de una sociedad citadina. Por esto es que el arte urbano se encuentra dominado de conceptos, simbolismos e imágenes totalmente sociales. Una de las características de este arte es que tiene mucho que ver con las corrientes alternas que van surgiendo en la sociedad.

La ideología del artista influye en su forma de hacer arte, para su trabajo requiere de reflexiones y críticas de la realidad y del medio que le rodea, necesita conocer el contexto y desarrollar su trabajo basándose en él, en el arte urbano el artista se va por lo significativo –aquello que expresa, lo que atrae- para lograr una trascendencia en el espectador que lo haga retener el concepto de la obra artística. Esto ultimo se basa en la problemática existente entre lo que es la ideología del artista y la ideología del arte, pues lo segundo es la interpretación cultural que se hace de su trabajo.

Recordemos que, la cultura urbana se caracteriza además por tener una realidad más compleja y los individuos requieren mayor habilidad aprehensiva de estímulos y datos, así como de mayor conciencia para procesarlos. Estas son características que todo artista urbano debe recordar al momento de crear sus obras pues es parte del contexto del mismo.

Algunas formas de este arte son la música, la pintura, la literatura, la danza, principales corrientes con mayor accesibilidad para las masas, las que predominan en número en la cultura citadina.

En la Ciudad de México existen manifestaciones agrupadas de distinta forma, por ejemplo, existen también corrientes alternas de pintura, música y otras artes. Uno de los exponentes de arte urbano pictórico en la actualidad es el muralismo: los muralistas contemporáneos (como los de la Casa Atl, en la Condesa) exponen y mantienen sus obras en las unidades habitacionales populares; en cuanto a la música existen diversas corrientes, ya sea de rock, 'ska', reggae, trova, entre otras y algunas veces son conocidas como 'subterráneas' (underground) cuyos temas son

<sup>40</sup> Consultor Universal Grijalbo Tomo 1

anécdotas y pasajes de la vida cotidiana o bien argumentos de protesta social.

Otras formas de expresión que pueden ser consideradas arte urbano son el *performance* y el graffiti, aunque este último ha causado gran controversia en cuanto a como debe ser concebido pues muchas veces es considerado solamente un movimiento social. El *performance* ha logrado imponerse por ser una actividad altamente creativa y conceptual, con la conjugación de diversos elementos tales como audiovisual, danza, tecnología, entre otros.

Es indudable que el arte urbano aún causa revuelo pues como se ha mencionado el contexto ideológico es el encargado de interpretarlo y también es el encargado de aprobar o reprobar los movimientos artísticos y estéticos que surgen poco a poco, además de que aun no ha sido definida la situación del arte urbano como tal.

Las principales características de este arte obedecen a las de la comunicación alternativa y ambas tienen un mismo fin: ofrecer alternativas independientes para expresar, transmitir, concientizar y comunicar al mundo su forma de vivir, de pensar y de sentir, esto siempre con la intención de trabajar *con* y *en* la ciudad.

Son propositivas en cuanto a su intención de conjugar elementos estéticos con los elementos ideológicos y comunicativos que suelen caracterizarlos. Tal vez esta sea una verdadera problemática de lo que se denomina arte urbano pues es comunicativo tanto como expresivo.

Uno de los elementos significativos para el desarrollo del arte y la cultura urbana en la sociedad mexicana, ha sido la juventud, quienes más han contribuido con sus manifestaciones culturales.

La sociedad mexicana se caracteriza por estar compuesta por un alto número de jóvenes, por lo que se dice que México es un país joven, ya que en la actualidad representan casi al 40% de la población total del país<sup>41</sup>.

Varios agentes, como el acelerado crecimiento y sobrepoblación así como la globalización de las principales ciudades, han ido conformando formas de identificación social, principalmente de identidades juveniles.

La juventud adquiere distintos sentidos y significados no en una sino en varias realidades juveniles que están encontradas entre sí, generando a su vez identidades únicas con comportamiento, lenguajes y pensamientos de acuerdo al contexto en donde se desarrollan, un contexto con problemas económicos, sociales y culturales.

Los principales cambios que sufre una sociedad en el ámbito cultural han sido promovidos gracias a los jóvenes pues los inician como expresiones socioculturales y se van tornando en movimientos sociales, con estructuras bien organizadas y con ciertos códigos explícitos para ellos.

Los jóvenes desde siempre se han agrupado de manera espontánea con aquellos con quienes comparten gustos, lenguajes, espacios, y poco a poco van construyendo sus

---

<sup>41</sup> Datos obtenidos por el Instituto Mexicano de la Juventud durante el año 2001.

identidades a través de esos rasgos principales que son los mismos que hacen que se reconozcan entre sí y se diferencien de los demás, son símbolos de identificación y diferenciación.

La diversidad de estas identidades es amplia y lo es aún más en las grandes ciudades, con variables en cuanto su origen social, sus gustos por la música y la vestimenta. La identificación en los jóvenes es sin duda muy importante, pues con la creación de ciertos grupos de características semejantes ha sido posible promover algunos de los cambios sociales.

En México existen como los grupos más representativos en diversas zonas del D.F. y el Área Metropolitana, los llamados *punks, los cholos, los darkers, los chavos banda, los ravers y los graffiteros*; todos ellos a pesar de las grandes diferencias que destacan a simple vista (como la vestimenta y el peinado) tienen características en común, una de ellas es la de querer ser escuchados por la sociedad y estar casi siempre en contra de las autoridades, por eso constantemente buscan nuevas formas de expresión.

Estos son además, las principales identidades juveniles de México y las más representativas (*punks, chavos banda, cholos, darkers y graffiteros*); aún cuando existen muchas más, es de importancia conocer su existencia pues cabe reiterarse que, de acuerdo a algunos sociólogos, se considera que los grandes movimientos y cambios sociales comienzan gracias a las idealizaciones que los grupos juveniles van desarrollando.

En décadas pasadas se ha proporcionado apoyo a la juventud desde diversas organizaciones de carácter privado (desde compañías de calzado, música, ropa y productos alimenticios)

hasta las gubernamentales (como el Instituto Mexicano de la Juventud, tal vez el mayor promotor de los derechos y obligaciones de los jóvenes) con el propósito de promoverlos, apoyarlos y escucharlos, pues finalmente forman parte importante de la sociedad y en su mayoría pretenden aportar algo a ella.

Esos apoyos incluyen la organización de eventos culturales, torneos deportivos, la designación de espacios públicos para su uso exclusivo (creación de clubes y deportivos en las delegaciones), incluso proponiendo derechos y obligaciones de la juventud.

## 2.3. El graffiti

Para obtener un amplio panorama sobre lo que es y lo que conlleva este movimiento socio-cultural es deseable conocer los factores que intervienen en él. A continuación se describe una visión general sobre el graffiti urbano.

### 2.3.1. Definición

El término nace de la lengua italiana "*graffito*", este a su vez proviene del griego "*graphis*" nombre del carbono natural. Para Craig Castleman los primeros graffiti existen en las cuevas desde la prehistoria, originalmente eran marcas e inscripciones que se hacían con cualquier instrumento<sup>42</sup>.

---

<sup>42</sup> Castleman, Craig. *Getting up: Los graffiti*. Hermann Blume, Barcelona, 1982.

En las sociedades actuales hay quienes consideran al graffiti como *"el arte del aerosol, son pintas, rayones e imágenes hechas con pintura en spray que se realizan en las paredes exteriores de edificios, casas y bardas o en otras superficies como autobuses, vidrios y vagones del metro o incluso en trenes"*<sup>43</sup>.

Así también es una de las nuevas formas de expresión que han nacido principalmente en las grandes ciudades, se considera que son métodos alternos mediante los cuales los jóvenes expresan sus ideales, su pensamiento, su inconformidad o simplemente se muestran.

Sin embargo también son elemento distintivo de una nueva identidad. Para algunos son expresiones creativas incluso con valor artístico, que muestran el pensamiento de la sociedad y la cultura, actualmente esta entrando al terreno del arte urbano y hay quienes consideran que es arte popular. Es un medio de expresión y comunicación no institucional de carácter lúdico, ritual, informativo o ideológico.

En algunos pueden encontrarse mensajes codificados, llenos de simbolismo que intentan trascender en la comunidad no solo en el tiempo. Sus temas son tan diversos como sus formas y como sus autores. Es una actividad que existe en el mundo entero.

Pero el graffiti es más que pintar con aerosol, es toda una cultura. Tiene también un carácter social, histórico, comunicacional y también comercial. Detrás de este movimiento hay una ideología, normas que rigen quien puede y quien no

<sup>43</sup> Ibíd. Pág. 89

hacer graffiti, reglas que establecen la música, la vestimenta, la identidad.

El graffiti impactó desde su aparición pues su realización causa intriga en muchos hasta la fecha; incomoda e indigna a la sociedad, bien por su contenido altamente cifrado y poco entendible, por su invasión de espacios públicos y privados, pero más que nada por la actitud desafiante de quienes lo realizan. En cuanto a considerarlo arte o no, es aún controversial.

### **2.3.2. Los inicios del graffiti urbano.**

El graffiti considerado como un movimiento juvenil también tiene su historia. 1968 fue un año clave para el desarrollo de diversos movimientos sociales - juveniles en muchos países.

Los movimientos estudiantiles acaecidos ese año en las ciudades de París, Berlín, Roma y México, marcaron el desarrollo de diversas actividades culturales y sociales.

Para el graffiti se reconocen tres principales etapas<sup>44</sup>:

- 1968: escrituras con aerosol con frases de protesta, es un medio expresivo y propagandístico
- 1970: surge en Nueva York como movimiento artístico político
- 1980: aparición en Latinoamérica

<sup>44</sup> Síntesis de información publicada en la página de Internet <http://www.geocities.com/pachangitas/03>

A partir de esos movimientos el graffiti urbano tiene su mayor desarrollo en Estados Unidos, formulado por la juventud afroamericana, puertorriqueña y latina de los suburbios de Philadelphia y Nueva York a finales de los 60 y principios de los 70, apareciendo principalmente en transportes y espacios públicos. Hacia 1980 es considerado propuesta estética del entonces naciente movimiento de *hip-hop*.

Poco a poco el graffiti fue tomando importancia en otros barrios como Manhattan, Brooklyn y el Bronx, principalmente en los trenes del metro y en algunos sitios de la calle. En EU se encuentra destacadamente en Philadelphia, Pittsburg, Cleveland, Chicago, San Francisco y Los Ángeles. Poco a poco las características del graffiti fueron incrementándose y revolucionando, a la vez que ganaba más adeptos y más "enemigos".

En otros países como Brasil, Inglaterra, Francia, España, Alemania, Dinamarca, Australia y Nueva Zelanda también fue evolucionando la forma de hacer graffiti, las técnicas y los materiales.

Principalmente son reconocidas la escuela americana y la escuela europea<sup>45</sup>. De la europea se reconoce ampliamente el modelo francés que básicamente es de tipo verbal, su exponente más conocido y emblemático es el de las calles de París con ocasión de la revuelta estudiantil de 1968; su modalidad se dirige

---

<sup>45</sup> Síntesis del ensayo "El graffiti contemporáneo" de Jesús de Diego (Universidad de Zaragoza, España) publicado en la página de Internet <http://www.positivos.com.es/grafc.htm>

a la elaboración verbal, de amplia tradición filosófica, poética y humorística en forma de máximas y se despreocupa usualmente de la elaboración plástica del texto, concentrándose en el plano de su contenido. Este tipo de graffiti era habitual en Europa hasta la pronta aparición de una nueva escuela.

Por otra parte, el modelo americano, identificado a partir de los graffiti de Nueva York, nace con una función totalmente diferente, un tanto desprovista de concepciones filosóficas y mucho más expuesto al desarrollo formal y la experimentación técnica y estética.

Paulatinamente fue una actividad de gran relevancia entre los jóvenes de esos países, llegando incluso a la creación de organizaciones para este movimiento (como la *Union of Graffiti Artists* (UGA) creado en Nueva York en 1972, y la *Nation of Graffiti Artists* (NOGA) creada en el 74 también en Nueva York, entre otros), mediante las cuales se fueron estructurando sus bases, intercambiaron y compartieron sus logros y adelantos.

Igualmente, fueron apareciendo personajes de renombre (como Taki 183, considerado el pionero del graffiti en Nueva York) y *crews* (grupos) de trascendencia nacional e internacional que han contribuido a la divulgación del graffiti.

Algunos graffiteros han planteado desde muy temprano la posibilidad de participar del prestigio y reconocimiento social mediante la introducción de su trabajo en los museos, con la organización de exposiciones personales o colectivas en los espacios museísticos. Las primeras manifestaciones de esa intención fueron la búsqueda de soportes que posteriormente les servirían como lienzos de fácil manejo; en ellos podrían dar

nuevas variantes expresivas y formales a su trabajo. En EU principalmente, gracias a la NOGA, muchos museos han dado cabida a exposiciones temporales de graffiti, sin embargo en Europa su recepción ha sido más áspera y pocas instalaciones se han llevado a cabo.

Paulatinamente se sigue tratando de acceder a esos espacios y los graffiteros de mayor renombre intentan defender su actividad en cada una de sus localidades mediante la difusión de sus intereses, creación de obras de carácter conceptual y en ocasiones llevando al estudio teórico su realización, esencialmente desde la perspectiva social, la plástica y ocasionalmente lo psicológico.

### 2.3.2.1. Antecedentes en México

En México el graffiti llegó a finales de la década de los 70's con jóvenes mexicanos provenientes de los suburbios de Estados Unidos, principalmente de Los Ángeles y de San Diego, apareciendo primeramente en la zona fronteriza. Esos jóvenes eran llamados cholos, mexicanos en EU quienes al regresar a su país sienten una gran marginación y traen consigo lo que llamaremos los inicios del graffiti actual.

Para el graffiti en México reconocemos dos etapas principales<sup>46</sup>:

● **Muralismo:** murales realizados en las ciudades fronterizas entre México y EU, donde se desarrolla principalmente el

chollismo. Obras en aerosol con imágenes deformadas, de carácter social y religioso. Se considera que tenían una fuerte influencia del muralismo mexicano (Siqueiros, Rivera, etcétera); recuperó de este los simbolismos mexicanos prehispánicos y los enalteció como símbolos patrios. Resalta la imagen guadalupana, imágenes sacras, personajes y héroes nacionales.

● **Graffiti:** hacia la década de los noventa el muralismo chicano fue cambiando principalmente en Tijuana, poco a poco esas pintas fueron evolucionando, reconociendo las primeras rayas o *taggs* (firmas) hechas con aerosoles, marcadores de tinta, entre otros. De igual forma la gente que los hacía fue cambiando hasta distinguirse en un grupo específico de jóvenes que adoptaron y modificaron los estilos y características del graffiti proveniente de Estados Unidos, hasta llegar al graffiti tal como se conoce hoy.

Los graffiteros mexicanos defienden lo que hacen pues dicen que al adoptarlo le han puesto el sello de identidad nacional, lo han mexicanizado como suele suceder con todo lo proveniente del extranjero.

Algunas características de los graffiteros mexicanos son: lo realizan jóvenes de entre 12 y 25 años pero existen quienes aún mayores o menores lo realizan, escuchan principalmente música hip-hop y ska, visten calzado y ropa deportiva y algunas veces llevan perforaciones en el cuerpo.

Los estados donde hay mayor producción de murales graffiti son el D.F., Monterrey, Guadalajara, Sinaloa, Querétaro y el Estado de México.

<sup>46</sup> Valenzuela Arce, J. Manuel, *Vida de barro duro: cultura popular juvenil y graffiti*, Ed. U. de G./CFN, México, 1997, Pág. 86

Así como hay graffiti que se desarrolla a nivel estatal, existen también amplias diferencias estrechamente marcadas en un mismo estado. Es decir, en el D.F. y la Zona Metropolitana, existe una división por zonas: norte, sur, oriente y poniente; en cada una de estas zonas encontramos gran diversidad de graffiteros e igual diversidad en cuanto a sus propósitos para realizar graffiti.

En la ciudad de México, el graffiti de características más desarrolladas lo encontramos en la zona sur, más que nada por la difusión y apoyo que el gobierno local ofrece, pero hacia la Zona Norte de la ciudad existe una gran realización de graffiti que a últimas fechas ha estado ocupando a las autoridades locales y llamando la atención de nuevos adeptos debido principalmente a la alta incidencia en su realización y a la forma tan llamativa de su producción –en cuanto al manejo de los colores, al tamaño y ubicación de las piezas así como a su contenido–.

Lentamente las instituciones gubernamentales se ocupan del graffiti, pues aunque en años recientes las leyes en contra de los graffiteros se fueron estructurando para penalizarlos, también existen organizaciones que promueven la apertura de espacios para los graffiteros, por ejemplo, en el primer semestre del año 2002 se realizaron concursos en algunas delegaciones de la Ciudad de México, principalmente en Coyoacán, Tlalpan, Nezahualcóyotl e Iztapalapa. En Tlalpan en el mes de mayo, el jefe delegacional organizó y apoyó el *Encuentro de Jóvenes: "Otro Graffiti en la Pared"*, cuyo premio consistió en pintar un Graffiti Mural Colectivo en las bardas de un deportivo.

Es cierto que el futuro del graffiti callejero es aún incierto pues mientras que se desarrollan técnicas y pinturas antigraffiti<sup>47</sup> para evitar que se siga realizando y algunas autoridades hacen propuestas para evitarlo<sup>48</sup>, por otra parte se siguen ampliando los apoyos al graffiti pues también los museos (como el del Chopo y el Nacional de Arte Popular en el Centro Histórico de la Cd. de México\*) y algunos institutos (como el de Cultura de la Ciudad de México y el de Investigaciones Estéticas de la UNAM) estudian este movimiento desde una perspectiva cultural, artística y social.

También se enfrenta a la explotación comercial pues se ha visto que otros movimientos juveniles han sido apropiados por el mercado para después comercializarlo, de hecho esto se va haciendo evidente pues en fechas recientes lo encontramos en productos de audio y video (videos musicales, juegos de video, animaciones por computadora), prendas de vestir y en publicidad comercial.

---

<sup>47</sup> En diciembre del 2001 el Instituto de Física con sede en Juriquilla, Querétaro presentó este producto repelente a la pintura en aerosol y su comercialización se ha dado ya con varias compañías de pinturas.

<sup>48</sup> El 18 de junio del 2000 el Metro de la ciudad de México participó en la 5ª Reunión Internacional de los Comités Técnicos de la Asociación Latinoamericana de Metros y Subterráneos (ALAMYS), realizada en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, donde incitó a los presentes a tomar medidas preventivas para evitar que graffiti se agudice. También durante el primer semestre del 2002 en los estados de Monterrey, Jalisco y el D.F. las cámaras de diputados presentaron propuestas de modificación a las leyes para multar y castigar a quienes realicen el graffiti que afecte a las propiedades.

\* En marzo de 2001 ambos recintos fueron sede para la muestra colectiva de graffiti organizada por Isadora Oseguera y Lorena Wolffer, curadora del Museo del Chopo; como parte de los eventos del XVII Festival del Centro Histórico de la Ciudad de México.

### 2.3.3. Características

El graffiti es una forma de expresión que se desarrolla principalmente en las grandes ciudades, aunque en sus inicios debía ser ejecutada de forma ilegal actualmente se le ha dado mayor aceptación a su realización e incluso algunos gobiernos han provisto de espacios abiertos para la ejecución de algunas obras.

Existen dos tipos de graffiti, el que es considerado "ilegal" y el "legal". Su diferencia radica en que muchos de ellos son hechos a escondidas, por las noches, pues existe el peligro tanto de la policía como el de los demás grupos locales de graffiteros, este es el conocido *ilegal*.

En cuanto al legal, se dice que es el que se realiza con permiso de los dueños de las paredes, o incluso en objetos pertenecientes a alguien y que se realizan por encargo, muchas veces este tipo de graffiti es pagado, aunque no necesariamente con dinero sino que a menudo es pago en especie.

Otra característica es que el graffiti lo ejecuta un grupo, un "crew" o cuadrilla, cuyos miembros adoptan un nombre corto para así reconocer su estilo.

Igualmente, cada miembro del crew debe elegir un seudónimo, de preferencia de cinco o menos letras, puede ser un apodo, su nombre o una variante del mismo e incluir en él ciertos números.

Las directrices primordiales del graffiti son: el estilo, la forma, la metodología y el "dejarse ver"<sup>49</sup>.

El estilo es algo importante, demuestra cierto sentido del diseño y una habilidad considerable en el uso de distintas herramientas. Para esto los graffiteros pasan mucho tiempo diseñando sus obras en cuadernos de bocetaje, deben tener un gran dominio de la técnica e igualmente trabajar rápida pero eficientemente.

La forma también es importante ya que conforme aumenta el tamaño y la complejidad de los graffiti, así sean las firmas o las enormes obras, esto da un alto estatus para el que logra dominarla.

El dejarse ver (*getting up*) es hacer que el nombre del autor aparezca constantemente, difundirlo en todos los lugares posibles. Esto, aunado al estilo hará que un artista sea o no reconocido dentro del grupo de estos artistas. Pero esto va más allá del simple deseo de ser reconocido, es también marcar el territorio, establecer los límites territoriales entre los crews y muchas veces es la forma de 'declararse la guerra' e iniciar la defensa de sus territorios.

En cuanto a la metodología la forma en que un graffitero prepara una pieza hasta llevarla a cabo determina en gran medida las propiedades que harán de su trabajo una obra reconocida e impactante, tanto en su ámbito como a nivel general. La legalidad o ilegalidad con la que lo realizan define muchas veces la calidad

<sup>49</sup> Castleman, Craig. *Los graffiti*. Ed. Nueva Comunicación/Herman Blume: Barcelona 1982. pág. 74

de la pieza por lo que es básico referirse al método empleado en cada mural para tener conocimiento de la situación espacio-tiempo y contenido que cada uno de ellos considera para realizarlo, lo cual se observa con mayor detalle en el punto 3.2 del presente Capítulo\*

#### 2.3.4. Elementos principales

Se encuentran aquí los elementos que permitieron desarrollar esta actividad un tanto indefinida y que posiblemente sean comunes de encontrar en una obra completa que sea llamada graffiti.

##### ◆ *Firmas (taggs)*

Es considerada la forma más sencilla de graffiti. Consiste en el nombre del escritor realizada con letras estilizadas y entrelazadas, tipo monogramas. Se escriben rápidamente y a menudo de un solo trazo; su estilo es más bien subjetivo, casi como la letra de cada persona.

Sus diferencias se hallan en los materiales con los que se realizan. Se pueden encontrar incluso en vidrios y cristales de transportes o de propiedades y son realizadas con marcadores permanentes o bien con esmeriles.

Al ejecutarse de una manera más o menos regular sirven como sello de las obras, es el toque final, casi como la firma de un pintor a su cuadro, así, los demás sabrán quien lo realizó (ver Fig. 3.1.)

---

\* Ver página 51 del Capítulo 3: Proceso de realización de un mural graffiti.

##### ◆ *Throw ups*

También conocidos como *flops*, estos son la manera más rápida y sencilla de dejarse ver. Son la representación de un nombre de dos o tres letras que forman una sola unidad redondeada. Utilizan un mínimo de pintura, a menudo con sólo dos colores, uno de relleno y otro para el contorno y por lo mismo suelen hacerse de forma apresurada. Sus letras son gruesas, simples, con poco estilo. Es una forma de mantener actualizado su estatus.

Normalmente los graffiteros aprendices son quienes lo realizan y con el pretenden ganar fama haciéndose ver por toda la ciudad, pintando en todo rincón que encuentran. Es por esto, que el término es aplicado también para referirse a las obras de poca calidad. Nunca se plantea en este tipo de graffiti la cuestión del estilo, sino que su importancia deriva en el número que determinado escritor haya sido capaz de pintar. Su función es puramente de saturación del espacio urbano (ver Fig. 3.2).

##### ◆ *Obras (pieces)*

Abreviatura de obras maestras (*masterpieces* en inglés); son composiciones de mayor estilo, generalmente comprende varios elementos y suele contener el nombre del escritor

Aunque no existen normas en cuanto a sus dimensiones, existen las llamadas *top to bottoms* (de arriba abajo), mejor conocidas como *tops*, que como su nombre lo dice ocupan un espacio amplio de arriba hasta abajo; y existen las *end to ends* (de extremo a extremo) las cuales son más anchas que largas.



Fig. 3.1.Taggs

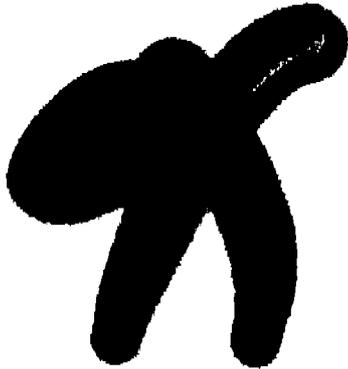


Fig. 3.2.Throw up



Fig. 3.3 Obras o "pieces"

TU ENCIENDES EL MOMENTO

Fig. 3.4 Mensajes

Se realiza a partir de un dibujo previo sobre papel, aunque a menudo se confía en la espontaneidad (ver Fig. 3.3).

#### • Mensajes

Muchas piezas están acompañadas de textos cortos que indican de forma clara las intenciones del escritor o bien informan de las circunstancias en que han sido realizados. La mayoría son comentarios propios sobre sus obras, otras veces son frases de naturaleza reivindicativa social o política, advertencias a otros crews e incluso los hay de contenido poético. Algunas veces son solo dedicatorias. Pueden estar alrededor de la firma en forma de lema o figurando como texto pronunciado por un personaje, en forma de bocadillo de cómic (ver Fig. 3.4).

#### • Caracteres (*character*)

Los caracteres son figuras o dibujos de cualquier índole que pueden o no ser creación de los artistas. Muchas veces son rostros nacidos de la inspiración del autor, otras tantas son representaciones de héroes nacionales o simplemente dibujos animados y cómics. Los graffiteros que dominan la figuración suelen ser los de mayor calidad técnica. Repetidamente ocupan el lugar de una letra del tagg o se incluyen activamente en la composición general.

El cómic y el cine suelen ser las principales vías de inspiración para la composición de nuevos personajes y efectos. Recientemente los estilos de cómic japonés han conferido una nueva cualidad, dinámica y agresiva a las figuras de los escritores de graffiti.

### 2.3.5. Estilos

Este término posee un doble significado; por un lado se refiere a la forma de cada escritor de trabajar y también a las formas específicas que se han originado o caracterizado.

En cuanto a los estilos, en la ciudad de México se manejan de un modo distinto al de los suburbios de Estados Unidos, por ejemplo el estilo Nueva York consiste en letras juntas inclinadas generalmente a la izquierda con un poco de tensión en las puntas; el estilo París son las letras amplias con mucha soltura. Mientras que allá los estilos iban adoptando el nombre del lugar donde se decía habían nacido, aquí el estilo es algo muy diferente.

Cada graffitero desarrolla un estilo propio, más que nada tener estilo significa poseer dominio técnico y originalidad suficientes. Ciertamente se observan entre los miembros de un mismo crew algunas semejanzas, pues hay que recordar que cada graffitero es aprendiz de alguien para iniciarse, así, cuando encontramos semejanzas entre los estilos de los miembros del crew, puede ser entonces que el estilo adopte su nombre, por ejemplo estilo PEC.

Sin embargo existen ciertas características que podemos agrupar bajo una denominación y los graffiteros recurren a ellas con mucha frecuencia.

El estilo salvaje o *wildstyle* se compone de formas complejas, con las letras ilegibles y entrelazadas, se considera de los más difíciles y su estilo es colorido (Ver Fig. 3.5).

Las *bubble* o de burbuja, son tal vez las más reconocidas, rápidas y fáciles de hacer, son letras esponjadas que dan la impresión de estar infladas poseen formas muy redondeadas y brillantes, recuerdan un poco a los globos. Son un recurso estético para realizar las letras del tagg dentro de una pieza (ver. Fig. 3.6).

Los brillos suelen realizarse mediante franjas de color blanco características. Son el recurso típico de la primera etapa del graffiti.

Los *3D* o "*tridis*" son los más novedosos y más creativos pues requieren de mayor incidencia en los sombreados y las luces para dar un efecto de tercera dimensión (Ver Fig. 3.7).

Las combinaciones de estos así como el "toque" personal hacen que surjan poco a poco nuevos estilos por lo que es difícil hacer una clasificación de ellos.

### **2.3.6. Técnicas y herramientas**

En cuanto a las herramientas utilizadas para hacer los taggs ubicados en los interiores de los transportes públicos y aparadores de establecimientos, se hacen principalmente con rotuladores de tinta y con esmeriles, crayones de cera tipo arco iris -de varios colores- que muchas veces son creados por los mismos taggers o con cualquier punta que logre hacer marcas en el lugar deseado.

Para el graffiti más en forma, es decir, para la ejecución de grandes piezas, puede verse que la herramienta básica es el

aerosol, al cual se le han implementado diversos tipos de válvulas que permiten obtener distintas calidades de líneas y grosores.

Dichas válvulas pueden ser identificadas mediante el color del punto (punto verde, punto amarillo) o por sus propiedades, y todo graffitero debe saber a cual se refiere. Algunas válvulas de mayor uso son:

- Hardcore: de trazo más grueso por el mayor paso de pintura y máxima dispersión. Es utilizada generalmente en rellenos u obras muy rápidas que exigen poca precisión

- Cap: es de trazo medio, se puede decir que es la normal; muy utilizada en todo tipo de trabajo.

- Skinny: es la de mayor precisión por la finura de su trazo. Es empleado en trabajos de mayor calidad y generalmente no es utilizado en los trazos ilegales.

También se han hecho otras añadiduras y transformaciones a las herramientas básicas para obtener mejores recursos y mayor desempeño del trabajo, por ejemplo, existen adaptaciones de válvula a válvula que, mediante un pequeño tubo, permiten combinar las pinturas de dos botes de aerosol para lograr un nuevo color.

En cuanto a las técnicas ha decir verdad hay gran variedad de ellas, tantas como graffiteros existen pues cada uno de ellos desarrolla su propia técnica y su propia forma de manejar las latas.

---

Existen técnicas que son básicas, como el delineado, el llenado, el fondo o relleno, que como sus nombres lo indican son las operaciones fundamentales para el graffiti: detallar y colorear las líneas de un dibujo, rellenar o poner color a todo el fondo, aunque esto se refiere a poner una primera capa de pintura con un color de fondo a toda la pared que se va a graffitear.

Por ejemplo, con la elección del lugar y con el boceto en mano viene el marcaje, realizado con un spray del mismo color que el motivo principal de la composición.

El marcaje puede ser más o menos elaborado, después sigue el relleno, consistente en introducir las masas básicas planas de color en las zonas elegidas y el acabado final.

Otras técnicas dependen de lo que se quiere lograr o aplicar en el dibujo, por ejemplo las del claroscuro (sombras y luces) para lograr volumen en las imágenes, la técnica "piedra" que consiste en salpicar el dibujo para que tome un aspecto rocoso y muchas otras. (Ver Fig. 3.8)

La idea es encontrar nuevas formas de hacer que el graffiti sea vistoso y más rápido de hacer. Por esto constantemente los graffiteros crean nuevos sistemas que permiten un mejor manejo del aerosol y algunos otros incorporan otro tipo de herramientas como brochas, pinceles, hasta pistolas y compresores de aire para una mejor ejecución de sus obras, sin embargo con esto ubicamos un dilema de lo que es o no graffiti, ya que al ser definido por varios individuos graffiteros como "el arte del aerosol" el empleo de herramientas distintas pudiera restarle valor a decir de ellos mismos

COOL!!  
932.



Fig. 3.5 Estilo salvaje o "wildstyle"

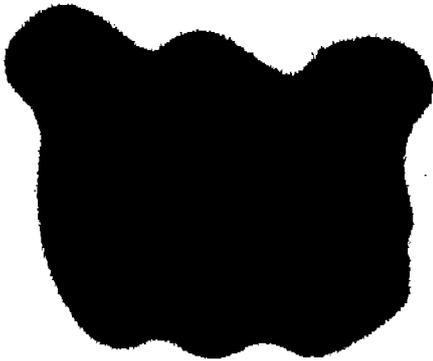


Fig. 3.6 Estilo burbuja o "bubble"

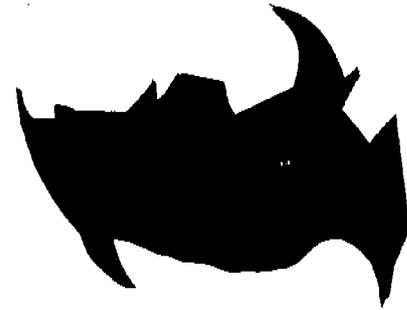


Fig. 3.7 Estilo 3D o "tridi"



Fig. 3.8 Algunas técnicas de sombreado, degradados y rellenos

---

## CAPITULO 3

ANALISIS SEMIOTICO DEL

GRAFFITI DEL CREW PEC

### 3.1. Antecedentes del crew PEC

La historia del *crew* PEC se remonta hacia 1988, época en que el movimiento del graffiti era aún 'subterráneo' y poco conocido en México. Surge en la zona de Nezahualcóyotl, al oriente de la Ciudad de México con tres fundadores, quienes eligen el nombre de Public Enemy Crew basado en un grupo de música *rap* de Estados Unidos llamado Public Enemy, agregando tan solo el vocablo *crew* cuyo significado es cuadrilla o tripulación, que es como se hacen llamar las agrupaciones de graffiteros. Public Enemy Crew se reduce a las iniciales PEC; posteriormente adaptan la frase en español "Puro Estilo Callejero" para referirse así a su forma de hacer graffiti.

Poco a poco PEC fue ganando adeptos en esa zona y su fama dentro del ámbito del graffiti fue incrementándose. De los iniciadores del *crew* dos han fallecido y otro, Miguel, siguió con esta actividad con nuevos prospectos a su lado.

Alejandro "Mist", se une al *crew* aproximadamente hace cuatro años, transformándose después en uno de los principales integrantes, posteriormente continua con el reclutamiento de nuevos candidatos. El renovado *crew* se desarrolla en la llamada 'división Coacalco', cuyos miembros principales son: Mist, Ciracs, Coacs y Acord. Cada uno elige su apodo de acuerdo a su gusto e influenciados un poco por el momento en el que se unen al grupo:

● *Mist* (Alejandro, 22 años) elige este seudónimo por que en la época en que se une al movimiento los nombres debían ser de dos o tres letras y por lo general en inglés (por la influencia estadounidense), además el significado al español es neblina, bruma u oscuridad y como él mismo comenta "si a una persona

*clara tu le pones bruma o neblina en frente, esa persona se oscurece y yo tengo la piel oscura por eso lo elegí...*<sup>50</sup>

● *Coacs* (Abel, 20 años) tiene cerca de dos años en el *crew*, elige este nombre influenciado por esa idea de nombres cortos y en inglés, pero sobretodo por que "...significa hacer *sonsacar* o *sonsacar* a hacer algo y como a mi me gusta *sonsacar* a las personas para que hagan cosas fuera del reglamento...pues por eso lo elegí..."<sup>51</sup>

● *Acord* (17 años) es miembro del *crew* hace apenas un año, su nombre es el resultado de la mezcla de algunas letras que a él le agradan "yo quería esas letras y... pues me gusto como se ven...como suenan..."<sup>52</sup>

● *Ciracs* (Erick, 19 años) su nombre es extraído de un videojuego y lleva menos de un año haciendo graffiti

El *crew* utiliza como firmas también las iniciales 732 y STD, basado en el teclado alfanumérico telefónico, estos números corresponden a las Iniciales de cada número en las teclas donde se encuentran las letras de PEC y se utilizan para designar el nivel de los miembros del *crew* en cuanto a su habilidad con el dibujo y para manejar el aerosol, esto es, STD es la etapa básica, los nuevos miembros se incluyen aquí, el 732 es para aquellos que tienen un poco más de experiencia y dominio en las técnicas,

<sup>50</sup> Palabras de Mist en entrevista realizada en julio del 2002.

<sup>51</sup> Palabras de Coacs en entrevista realizada en julio del 2002.

<sup>52</sup> Palabras de Acord (quien no quiso revelar su nombre real) en entrevista realizada en julio del 2002.

mientras que PEC es el nivel más avanzado y actualmente el único miembro en este nivel es Mist.

En la Zona Norte del Área Metropolitana es donde se encuentran principalmente sus piezas, en su mayoría se localizan en los municipios de Ecatepec y Coacalco. Han hecho piezas de gran tamaño en las principales vialidades de estos lugares aunque también se han dedicado a hacer obras en Tultitlán, Iztapalapa, Nezahualcóyotl y otros puntos de la Ciudad de México; además han hecho graffiti por encargo para locales y eventos masivos e incluso han participado en diversos concursos y exposiciones de graffiti organizados por compañías cerveceras, comités delegacionales y partidos políticos.

Día a día la fama del *crew* crece en su ámbito y nuevos adeptos intentan ingresar a él pero de acuerdo a sus integrantes no todos tienen habilidades para el graffiti y no todos se interesan realmente por hacer 'buen graffiti' así que su ingreso es un tanto difícil y PEC, en conjunto, decide si aceptar o no a nuevos elementos.

Para los graffiteros la actividad puede denominarse de distintas formas (un arte, una forma de expresión o un pasatiempo) y para PEC no es la excepción; ellos consideran el graffiti un arte: *"la gente considera que es vandalismo nosotros consideramos que es arte pues la pintura viene desde lo rupestre..."*<sup>53</sup> y además consideran que forma parte de la cultura del *hip-hop*.

<sup>53</sup> Palabras de Ciracs en entrevista realizada en mayo del 2002.

Igualmente es una forma de vida, particularmente para Mist, pues su actividad con el graffiti ha determinado incluso el curso de sus estudios pues poco después de ser aceptado en la carrera de Ingeniería Mecánica se interesó más por otra carrera de mayor afinidad a lo que realiza (como el Diseño Gráfico); gracias a sus habilidades con el aerógrafo ha trabajado elaborando playeras e ilustraciones sobre pedido en diversos artículos.

Es, también, una forma de expresión ya que: *"todo lo que pintamos, sea conciente o inconsciente, tiene que ver con nosotros de una u otra manera...en mi caso, yo lo veo con los gestos del carácter, en este caso mío, ...que reflejan tal vez un poco de lo que soy ¿no? Un poco de lo que tengo dentro..."*<sup>54</sup>.

Además, como lo establecen las directrices del movimiento graffiti, desean ser conocidos y respetados por todos aquellos que conocen del tema, tanto en el lugar donde viven así como en su país e incluso ser reconocidos internacionalmente.

Consideran que expresarse no es 'pintar por pintar' y por esto con frecuencia eligen temas o conceptos que a ellos les interesen ya sea de contenido social (libertad de expresión, revolución, etcétera) o incluso de sus gustos y preferencias (música, cómics, persona, etc.) y tratan de establecer mensajes sobre ellos.

También, desde su punto de vista, el uso de los temas es con la idea de establecer un orden o una armonía dentro del graffiti pues, anteriormente, el graffiti consistía en llegar y pintar cada uno lo que quisiera en una misma pared, pero *"a nosotros nos agrada*

<sup>54</sup> Palabras de Coacs en entrevista realizada en agosto del 2002

*más que haya armonía en la producción y hasta ahora solo hemos manejado un solo concepto...<sup>55</sup>".*

PEC dice interesarse por crear obras de contenido y la mayoría de las veces suelen informarse o estudiar un poco al respecto para poder transferir mejor sus ideas en las paredes, aunque otras tantas veces lo hacen solamente por gusto "*para que sea una producción tiene que llevar relación*"<sup>56</sup>.

### 3.2. Proceso para la realización de un graffiti

Todo trabajo requiere de un proceso para ser elaborado, en este caso se consideran las siguientes fases de ejecución de la pieza de graffiti, mismo que se emplea regularmente en los trabajos legales o 'de permiso' pues cuando son obras de realización ilegal pueden evitarse algunas fases por la rapidez con la que deben realizarse.

Dado que los graffiteros trabajan simultáneamente en un mural estas etapas se van traslapando unas con otras de acuerdo al avance de cada uno de ellos y por lo tanto no es estricto el seguimiento de estas etapas.

El siguiente proceso<sup>57</sup> puede aplicarse en algunos *crews*, sin embargo no es imperativo encontrarlo en todos ya que cada uno

---

<sup>55</sup> Palabras de Mist en Entrevista realizada en agosto del 2002

<sup>56</sup> Ídem

<sup>57</sup> El proceso aquí presentado está basado en el propuesto por Jesús de Diego de la Universidad de Zaragoza en España, en su ensayo "*Orientaciones para un estudio de las culturas urbanas en el fin de siglo*".

trabaja como mejor le funcione, el aquí propuesto es factible reconocerlo en el desarrollo del trabajo del *crew* PEC.

Generalmente existe una **planificación**, los graffiteros buscan paredes disponibles y acuden a la zona algunas veces con la idea de pedir permiso pero otras tantas con el solo propósito de pintar. Ya sea con el permiso o sin él acuden al lugar con el material suficiente, como son las latas de aerosol y botes de pintura a utilizar.

En algunos casos se llega a preparar la pared con una capa de pintura de un solo color que muchas veces sirve de fondo, otras tantas se comienza a pintar directo. Ocasionalmente, con **boceto** en mano, hacen la distribución del área, si es necesario se divide en partes y cada una de ellas se designa a un integrante, en este caso los de mayor experiencia se encargan de realizar los elementos más complejos y los principiantes realizan aquellos que no requieren tanto detalle, así hasta perfeccionar el manejo de ellos.

El *crew* PEC, elabora bocetos que cada uno de sus miembros realiza en unos cuadernillos conocidos como *blackbooks* y normalmente tratan de trabajar con base en ellos aunque pueden modificarse en el momento o incluso pueden improvisar.

Después viene el **marcaje** donde suele pintar un sólo graffitero. Es la fase inicial de ejecución de la pieza y se trabaja con base en el boceto (si es que existe, o poco a poco mediante improvisación), consiste en trasladar aproximadamente la idea desde el papel a la pared.

# DIAGRAMA DE LA REALIZACION DE UN MURAL GRAFFITI

## 1. Planificación

los graffiteros han establecido el lugar y la pieza que desean realizar, si es necesario acuden con los dueños de la pared para obtener su consentimiento y en ocasiones describen la obra que realizaran

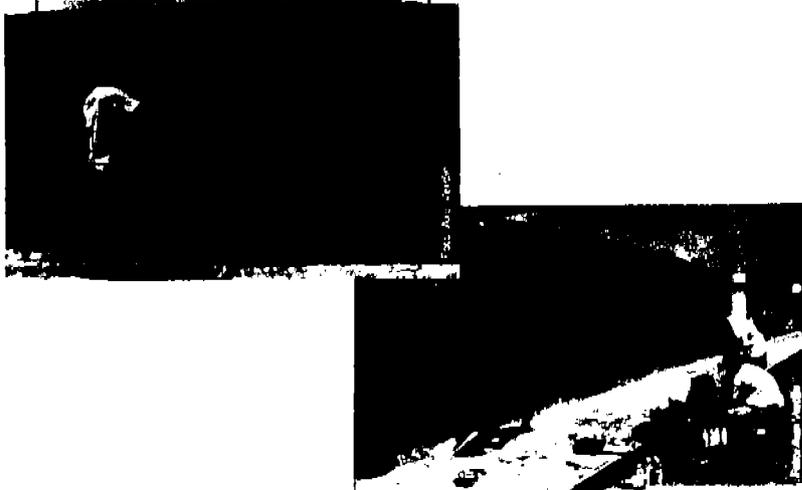
## 2. Boceto

algunas veces hacen pequeños bocetos en sus cuadernillos donde aplican algo de color para darse una idea de los resultados



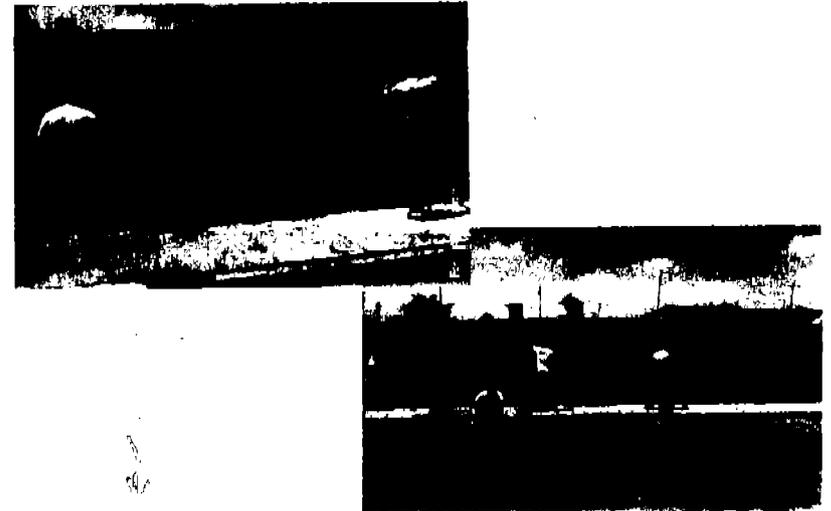
## 3. Marcaje

cada graffitero comienza los trazos de los elementos que le corresponden



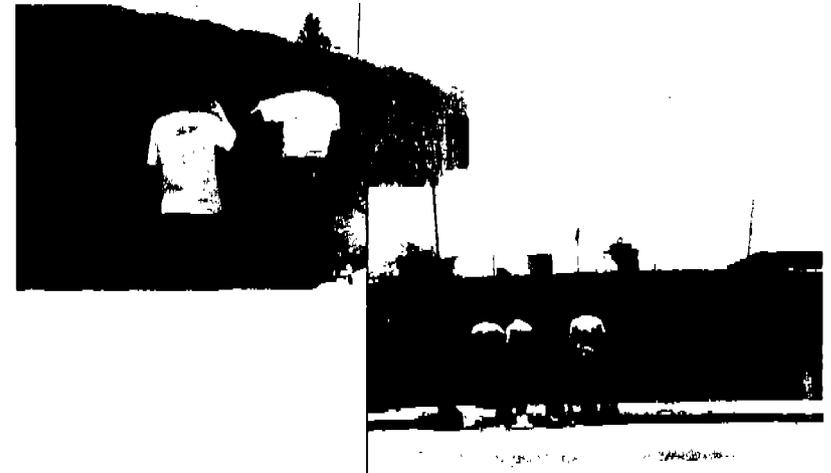
## 4. Primer relleno

comienzan por poner una plasta del color que predomine en su elemento



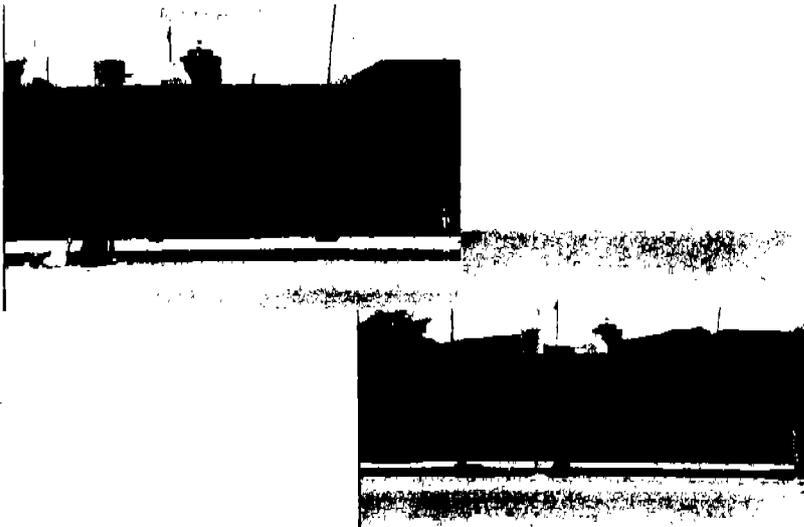
## 5. Segundo relleno

después viene la aplicación de los demás colores, a veces determinan las variaciones mediante pequeñas marcaciones y comienzan a darse efectos aplicando degradado, luces y sombras



### 6. Perfilado

se hacen algunas definiciones de elementos así como del fondo y se remarcan o corrigen los que así lo requieran



### 7. firma

si alguno de los miembros ha terminado la parte que le corresponde, puede ayudar a sus compañeros o comienza a trabajar el fondo, sino, empieza a firmar con su tagg



### 8. Pieza final

a pieza es concluida mediante la verificación y aprobación de cada miembro del crew, en ocasiones juzgan el trabajo de los otros compañeros y hacen comentarios u observaciones



En esta fase generalmente se usa *spray* de un sólo color y se trazan todas las líneas del graffiti, ocasionalmente se incluyen las zonas de sombreado, fondos, etcétera, y los contornos de los *caracteres* se marcan de la misma forma.

Puede decirse que los graffiteros comienzan por dibujar antes de pintar; muchos otros desisten del marcaje y empiezan a pintar directamente señalando con breves referencias las zonas de color y algunas zonas con efectos.

En seguida viene un **primer relleno**: tras el marcaje se procede a realizar un relleno con colores planos, que sirve de distribución primaria de colores, el cual proporciona al graffitero una idea básica de lo que será el total de la pieza.

Un **segundo relleno** se proporciona con otra distribución del color. Cada cierto tiempo los graffiteros revisan su obra en conjunto y hacen los ajustes necesarios para lograr una 'buena' pieza.

Esta es posiblemente la fase que requiere de mayor dedicación, ya que el bote de pintura en aerosol convencional apenas permite el intercambio de boquillas, y su contenido suele terminarse rápidamente.

Por otra parte, los graffiteros deben tener gran destreza para controlar el flujo de pintura y la fuerza con que presionan la válvula así como medir la distancia en relación a la pared.

Comúnmente el *spray* se coloca en posición diagonal y se aplica la pintura con una leve y continua presión, dejando escapar al aire parte de la pintura. La realización de degradados es de lo

más complejo por lo que se necesita de trabajo constante para hacerlo bien. Es posible que el fondo comience a trabajarse un poco para darse una mejor idea de la definición de los elementos.

Una vez que se han logrado los rellenos, continua el **perillado**, que consiste en delinear o contornear las diferentes partes de la pieza: letras, personajes, etcétera, con el objetivo delimitar finamente cada elemento dentro de la composición.

Como una última fase podemos reconocer la **firma**, que es el toque personal final, se realizan dedicatorias, mensajes, proclamas y lemas si es que se desean poner, se añade la firma, personal y del *crew*, como parte armónica de la pieza en general.

### 3.3. Análisis descriptivo de los murales (graffiti)

Para el análisis semiótico se han elegido seis obras del *crew* PEC realizadas en el transcurso del año 2002 y 2003. En ellas se encuentra algún contenido temático o idea principal, el manejo de algunas técnicas del graffiti y la presencia de algunos elementos que se han mencionado en capítulos anteriores.

Se hará el análisis de cada una de ellas desde la perspectiva funcionalista de la semiótica ya que gracias a los niveles semióticos se reconocerán los elementos que intervienen en cada pieza así como un breve estudio de los códigos aplicados en el diseño.

## Mural 1 "Zapatista"

El mural 1 (*ver Fig. 3.3.1*) se realizó en los salones de la Facultad de Contaduría y Administración de Ciudad Universitaria al sur de la Ciudad de México. Su tamaño aproximado es de 2.50x12 metros.

La descripción de los elementos presentes en una pieza (o diseño) atañe al **Nivel Sintáctico**, se describen las formas y signos presentes en esta pieza de estudio.

En ella se ven varias figuras ovales, algunas formas nebulosas de color oscuro tipo manchones que poco a poco dividen las formas básicas en tres partes del mural, al centro se forma un ovalo de mayor peso visual.

Estas formas se distinguen después en lo que representa tres figuras antropomorfas de gran tamaño que ocupan la pared de extremo a extremo: a la izquierda un personaje denotadamente masculino con el rostro ligeramente hacia abajo y hacia la derecha, con barba y bigote, cejas prominentes, de nariz redonda con la vista hacia el frente; al centro otra figura eminentemente masculina con un objeto oscuro tapando su rostro casi por completo solo permite ver los ojos, de cejas delgadas, la mirada al frente también pero volteado un poco hacia la izquierda; a la derecha, levemente invadido por la imagen que tapa al anterior se encuentra otro rostro también de rasgos denotados de masculinidad, de ojos grandes, cejas medianas, nariz aguda, un bigote largo y tupido, con la cabeza y la mirada dirigidos completamente al frente.

En la parte superior de la obra se observan formas cónicas y piramidales de colores rojizos. Los colores que predominan son el negro, gris y rojo, aunque hay un poco de amarillo y blanco.

Aparece también en la parte inferior de la pieza un texto que dice: "Esta pared es zapatista, no aceptamos ideologías entreguistas", con letras caligráficas en color blanco.

Por ultimo se observan varios rayones caligráficos reconocidos como las firmas (taggs) del graffitero y de su *crew*: Mist, PEC, 732 colocados entre los rostros del centro y la izquierda, en color negro. Lo poco que se observa de fondo es de color claro.

Por otra parte, si se analizan otros aspectos como la composición de la pieza, vemos que la disposición de elementos permite detectar un espacio dividido en tres, donde cada figura, ocupa un tercio del plano en forma horizontal. De forma vertical puede decirse que se detecta también pues la parte superior y de extremo a extremo es donde esta colocado el paisaje arbóreo, en la franja central se ubican los ojos con la mirada dirigida al frente lo que casi inmediatamente atrae al espectador al muro; en la parte baja están los labios de los rostros laterales y al centro la frase y los *taggs* del *crew*.

Utilizando una cuadrícula básica que sirve como guía de trazo y ubicación de elementos, es posible detectar con mayor facilidad el lugar de los mismos así como su tamaño en proporción del resto, también se puede distinguir la lectura visual, que en este caso se hace de forma lineal de la parte superior y de extremo a extremo por la ubicación de ciertos índices como se verá más

adelante. También puede observarse de manera remota la presencia de tres formas circulares que corresponden a cada tercio del total del muro.

Adentrándose al **Nivel Semántico** se da la interpretación que se hace de los signos ya reconocidos en el conjunto de la pieza.

Los tres elementos principales son rostros humanos. Dadas las características denotadas de cada objeto o figura es certero decir que se trata de Ernesto "Che" Guevara, Emiliano Zapata y el subcomandante Marcos, personajes importantes principalmente en la historia de Latinoamérica, por las ideas revolucionarias que han promovido cada uno a su manera; además el texto "*Aquí no aceptamos ideologías entreguistas*" evidencia un eminente sentido social. Son tres figuras sociales reconocidas como símbolos de identidad e íconos de ideologías revolucionarias principalmente entre la juventud.

La forma en que se unen y entremezclan la figura del Subcomandante Marcos y la de Zapata complementándose, es una connotación del zapatismo, puesto que solo estas dos figuras tienen contacto entre ellas.

Se refiere al significado de acuerdo al contexto, debe observarse entonces ya que la obra se realizó en las instalaciones de la Facultad de Contaduría y Administración de Ciudad Universitaria, tiempo después de la Huelga universitaria suscitada originalmente por el movimiento del Consejo General de Huelga (CGH).

Se trata entonces de la lucha por los derechos del ser humano especialmente de los oprimidos, de aquellos que no son

escuchados; realizado en las instalaciones de la Máxima Casa de Estudios denota un sentido revolucionario, de lucha, de ahí el lema utilizado es reiterativo pues sirve quizá como recordatorio por los movimientos estudiantiles en los que estudiantes neorrevolucionarios de la universidad siempre han sido participes e incondicionales apoyos de las clases marginadas.

En el **Nivel Pragmático** la Comunicación Visual estudia en este nivel el grado de expresividad, la respuesta por parte del receptor y su interpretación del significado<sup>58</sup>, es donde se retoman las características de los otros dos niveles y se analizan en relación a la interpretación del mensaje gráfico que hace el espectador así como el contexto y los antecedentes del mismo. Así se observa una gran conexión con el Nivel semántico particularmente, aunque él corresponde primordialmente al grupo social que lo creó y en él semántico se debe analizar la respuesta del grupo social en general.

El sentido de esta obra es, mayormente socio-político pues se vale de íconos revolucionarios latinoamericanos para hacer representativo el ideal connotado en el mensaje. Con el texto "*Aquí no aceptamos ideologías entreguistas*" es un referente al aspecto socio-político de la llamada revolución, la rebelión o el movimiento izquierdista. Esto aunado a la localización física de la pieza alcanza el mayor grado expresivo (como se ha dicho se encuentra en un punto determinante en los movimientos socio-culturales y políticos del país, un foco de corrientes ideológicas juveniles y neorrevolucionarias).

---

<sup>58</sup> Ver el Capítulo 1: Comunicación y semiótica, en la parte del Nivel Pragmático de Semiótica, Pág. 15

Los colores son una manera de proporcionar estímulos psicológicos creando una reacción en el espectador, por ejemplo, los colores utilizados en este mural pueden connotar sobriedad o incluso nostalgia debido al tema central: la lucha, el heroísmo de estos tres íconos revolucionarios haciendo remarcada significación en el las fomas de parte superior que es una representación abstracta de un paisaje donde se observan cerros o montañas y el cielo pintado de rojo con algunas nubes grisáceas. Este cielo teñido de rojo, que invoca los atardeceres en la lejanía de la sierra donde suelen estar ocultos aquellos miembros, quizá aún en pie de lucha.

Este mural es conmemorativo más que expresivo, es por eso probablemente que se eligió un lugar más 'íntimo' para su realización; como se ha dicho es en las aulas estudiantiles donde se gesta la neorrevolución. La elección de los estudiantes para realizar un mural graffiti fue debido a que es una de las herramientas que permite trabajar con mayor rapidez, una gran ventaja para poder hacerlo dado que fue realizado sin autorización de las autoridades universitarias por lo que su ejecución fue ilegal y en parte para promover esta actividad suburbana, una vez más manifestándose de forma provocadora hacia las autoridades.

Para el crew PEC ha sido una de sus obras más importantes principalmente a lo que representa lograr hacer un graffiti en una universidad, desafiando autoridades y enfrentando al sistema; haciendo con esto una gran hazaña en la que su nombre alcance fama por el "mural zapatista".

## Mural 2 "Producción ying yang"

La siguiente obra (ver Fig. 3.3.2) se localiza en el muro frontal exterior de una casa habitación localizada en la Av. López Portillo a la altura del Fraccionamiento Villa de las Flores, en Coacalco, Edo. de México. Sus medidas son 2.13 x 6.70 m.

**Nivel sintáctico:** nuevamente una descripción detallada de los elementos que conforman el mensaje gráfico accede a reconocer los signos presentes en él y la valoración que pudiera hacerse de ellos más que significantes comunes como significantes codificados.

Así se distingue una figura antropomorfa los ojos en blanco, cejas arqueadas y delgadas, una pequeña barba en el mentón, labios gruesos, nariz ancha, pómulos prominentes, sin cabello, en posición de cuclillas, de musculatura marcada, con un círculo sobre la cabeza, en la frente un dibujo circular partido en dos, en el antebrazo izquierdo otro símbolo circular, sostiene con esta mano una figura rectangular en la que se encuentran inscripciones caligráficas, tiene un apéndice puntiagudo que se dirige hacia la mano extendida, el otro brazo esta extendido con el puño cerrado.

La figura está sobre una forma *tridi* de color rojo que atraviesa desde la esquina inferior izquierda hacia la parte media de la composición, dentro de ella se encuentran algunas formas agudizadas en color negro, el fondo es oscuro y con aspecto de humo.

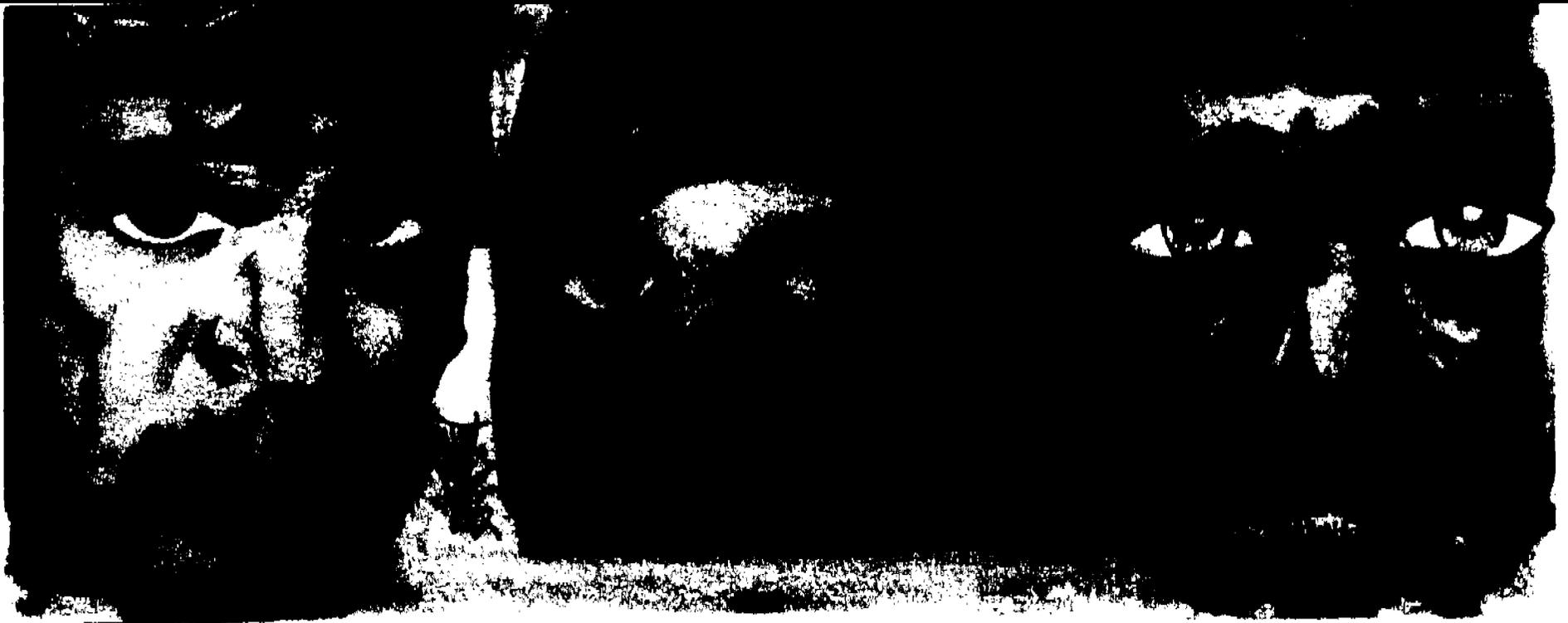


Fig. 3.3.1 Mural 1 "Zapatista"



Fig. 3.3.2 Mural 2 "Producción Ying-yang"

Los colores que predominan son el rojo, negro y blanco, aunque tiene anaranjados y azules. En esta obra encontramos como color dominante el negro en el fondo. La figura central resalta por estar en monocromía, haciendo un alto contraste con el resto de la pieza.

Los colores utilizados denotan misticismo, con la presencia del color rojo-naranja se forma un contraste análogo y la mirada es atraída por ese elemento lo que puede considerarse un índice cromático. La utilización de colores claros y la monocromía da un aspecto un poco más espiritual. Son colores icónicos, muy saturados que realzan lo fantástico del mural.

Sobre el hombro de esta figura antropomorfa está un pequeño texto con letras cuadradas que dice "De Concepto" y la firma del *crew*.

La composición de la pieza es doble, la esfera voluminosa cae en la parte central, haciendo que hacia ambos lados recaiga un elemento de gran tamaño, a la derecha el *tridi* y las firmas del *crew*, a la izquierda el ser antropomorfo.

Debido a la forma del muro (hay una ventana en el extremo superior derecho) la pieza se recorta y se observa ligeramente desequilibrada y con mayor peso visual hacia la izquierda. Mediante la aplicación de la cuadrícula utilizada en el mural anterior se observan dos figuras visuales principales que describen la existencia de un recorrido visual mismo que está dado por la forma de los elementos graffiti cuya lectura se hace de izquierda a derecha siguiendo la forma triangular de la izquierda hacia fuera del muro con la forma tridimensional.

En el reconocimiento de estos signos en relación con ellos mismos conduce al análisis del **Nivel Pragmático**, se examina la presencia de algunos símbolos, el que se encuentra en la frente de este *carácter* (figura antropomorfa) se refiere a un símbolo del Ying Yang.

Debido al ying-yang y su conjunción con elementos llamados tribales del mural es posible determinar que existe un tema central que denota conceptualización. Sin embargo la representación connota fantasía: conceptualiza el universo del graffiti; la figura central significa más allá de un ser humano; es la representación de un ente de aspecto humano que tiene en su poder un aerosol. Debido al apéndice reconocido como una cola puntiaguda – simboliza el mal- y al círculo que se encuentra sobre su cabeza – una aureola- encarna un ser dual, representa el bien y el mal.

Las formas realizadas en el *tridi* se han reconocido como formas *tribales*\*. Los tribales por ser referentes culturales proveen cierta connotación ancestral al mural, hacen a esa figura antropomorfa un ser terrenal con raíces particulares del graffiti. Son formas que al ser utilizadas por una tribu identifican a los miembros de la misma, por lo que para los graffitieros los tribales son signos de identidad con su *crew*, su tribu y los identifica con ellos.

---

\* lo tribal se refiere a culturas ancestrales y modernas principalmente de África, Oceanía y América. Algunos elementos reconocidos son el arte, la danza, la pintura y los textiles. Sobresale el uso de símbolos en su vestimenta, la pintura y en el cuerpo por medio de tatuajes y/o escarificaciones. Dichos símbolos se reconocen por estar trazados de forma burda y en un solo color. En el graffiti es común encontrar este tipo de figuras.

Para los graffiteros quizás solo es un mural "de concepto", es una representación subjetiva de cómo entienden la dualidad del bien y el mal.

Hacia la interpretación de los signos encontrados en relación con su propio significado, su contexto y la interpretación del individuo como espectador recae en el **Nivel Semántico**.

La presencia de estos símbolos aunado a las metáforas visuales denota un sentido místico. El ying y el yang se basa en la filosofía china del taoísmo, sin embargo es utilizado por distintas escuelas "del pensamiento" (como el I-ching o libro de los cambios y el Wutsing o los Cinco Elementos<sup>59</sup>). Para dichas filosofías el ying-yang simboliza la dualidad del universo: lo masculino y lo femenino, la luz y la oscuridad, lo negativo y lo positivo. Si se considera, el símbolo es ya una representación conceptual que al encontrarse inserta en el conjunto graffiti le da un nuevo sentido a su creación.

La figura antropomorfa puede remitir a los *zombies*<sup>60</sup> cuya característica de los ojos en blanco es representativa (en la

---

<sup>59</sup> Concepto resumido de: <http://www.terra.es/yingyang.html>: "La Teoría del Ying y el Yang expresa los diferentes fenómenos de la Naturaleza, basada en la Filosofía Taoísta, de donde emergen el Pensamiento Tradicional Chino, los conceptos de la Medicina Tradicional, las Artes Marciales, las Artes Meditativas. El símbolo del Ying y el Yang representa la Ley de la Eterna Transformación; son dos opuestos que juntos forman la Unidad. Uno depende del otro y cuando un fenómeno alcanza su máxima expresión, se transforma en su opuesto."

<sup>60</sup> Los zombies son personajes de la cultura vudú cuya caracterización era la de un dios serpiente capaz de devolverle la vida a un cadáver; para la brujería eran seres *no vivos-no muertos* que se usaban con propósitos malignos.

ficción) de seres poseídos por entes desconocidos que absorben la vida de aquellos a quienes invaden, y esto es igualmente una dualidad pues la figura presenta una anatomía de aspecto saludable y ejercitado. Puede denotar superioridad o divinidad, que ejecuta el graffiti en un lugar no precisado como terrenal, las formas tridis y la esfera quizá sean su forma de abstraer ese universo o un metalugar, un lugar más allá de la tierra.

La aureola es dentro de la simbología<sup>60</sup>, la indudable representación de lo angelical, denota lo bueno, lo divino; la cola puntiaguda<sup>61</sup>, es la representación de los demonios y de lo malo; estos factores aunados al símbolo del ying-yang nos denotan una imagen abstracta de la dualidad de los seres en el universo, desde el punto de vista de los graffiteros PEC, que se refuerza con la presencia de otros signos relacionados al graffiti (las formas tribales y la lata de aerosol) cuya presencia esta codificada por los autores del mural, que manejan un concepto en una obra de probable valoración artística, con las técnicas que ellos manejan.

El símbolo del brazo es un tatuaje, que desde el punto de vista graffitero es un disco solar tribal, "la representación de la

---

<sup>60</sup> Llamada también halo o nimbo, en la pintura religiosa era una zona de luz colocada alrededor de la cabeza de una persona divina o santa. En la cultura India y China se representaba así a los antiguos dioses; se adopta en la cultura romana para dioses y emperadores. En oriente representa más el poder que la santidad. Diccionario de temas simbólicos y artísticos, James Hall, Madrid: Alianza Ed., 1996 Pág. 184

<sup>61</sup> En las representaciones mitológicas y religiosas del medioevo y del renacimiento, los demonios o el diablo se representaban con rasgos animales que bien podían ser pezuñas, rabos y cuernos. Ídem, Pág. 233

verdad<sup>62</sup>. El ente significa un representamen del graffiti en una mítica concepción. La unión de símbolos duales con figuras tribales, pudiera enfatizar la conceptualización en la que ambos al estar presentes en el ser antropomorfo lo complementa y lo unifica, así haciendo que uno dependa del otro para subsistir.

Cabe recordar que al ser esta la primera producción de obras con tema del crew PEC, la elección del ying yang como concepto se basa principalmente en el símbolo como representación de dualidad, siendo el hombre un ser con dos facetas y un solo cuerpo.

### Mural 3 "Producción ying yang"

Otra de las obras (ver Fig. 3.3.3) se encuentra en el muro frontal de una casa habitación ubicada sobre el Boulevard Coacalco del fraccionamiento mencionado anteriormente. Sus medidas son 3.60 x 2.34.5 m.

Haciendo la descripción de los signos insertos en el mural nos enfocamos al **Nivel Sintáctico**. Sin olvidar que entre los tres niveles existe una estrecha relación la descripción de estos signos va de menos a más.

Se observa una figura del lado derecho de la composición girado un poco hacia la izquierda, una figura antropomorfa de aspecto delgado pero con la musculatura sutilmente marcada, ojos grandes y alargados, con lentes de armazón grueso y oscuro, nariz puntiaguda, pómulos prominentes, orejas grandes, calvo,

<sup>62</sup> En la simbología romana el sol es el atributo de la verdad que lo revela todo gracias a su luz. Ídem, Pág. 245

con barba delgada de pómulo a pómulo haciendo una mueca con la boca, el brazo derecho estirado con la palma extendida, el otro brazo dirigido hacia el frente sosteniendo una lata de aerosol con la palma de la mano abierta, con un símbolo circular en el antebrazo (similar al que aparece en el Mural 2). Tiene alas en la espalda y una aureola sobre la cabeza, esta hincado sobre una forma *tridi* que va de la esquina inferior derecha hacia la esquina superior izquierda, degradada de color vino al amarillo claro, contiene formas *tribales* en color negro.

En la parte superior izquierda, levemente hacia el centro, hay un *tridi* donde se aloja un símbolo del ying y el yang y una esfera de color negro con un ligero brillo blanco.

El fondo es de color azul claro con ligeros manchones en color negro, blanco y gris. Los colores que predominan son el azul, blanco y negro, pero también hay amarillo, gris y rojizos. En la esquina superior izquierda están los *taggs* del *crew*, con letras caligráficas en color vino. En el fondo se observan manchones en blanco y negro.

Los contrastes presentes son acromático (blanco, negro y gris) y de choque (vino y azul). Aunque predomina la tonalidad fría en el muro.

El mural puede ubicarse en un plano de dos partes donde la forma antropomorfa ocupa casi todo el lado derecho, esta parte tiene el mayor peso visual debido a la amplitud de las formas y por los colores de la parte inferior, que hacen mayor el peso por el contraste con el resto de los colores. En la parte izquierda, donde esta el *tridi*, el peso visual es menor ya que los colores son claros y de contraste monocromo con el resto de las tonalidades frías. El recorrido visual que se hace es un tanto difícil ya que por la

disposición de las unidades es difícil hacer un recorrido lineal, más bien se hace de forma circular contraria solo hasta la parte media.

Ambas formas sobresalen del fondo primeramente por el contraste de tonos, en seguida por la disposición en diagonal que crean un ligero efecto de segundo plano.

La lectura visual de esta pieza es difícil, debido a la posición de elementos; la armonía en esta pieza es casi nula y la percepción de formas y recorridos visuales esta dada de forma contraria al resto de los muros, la cuadrícula propuesta (igual a la propuesta en las demás obras) permite observar esta particularidad, distinguiendo entonces el mayor peso visual hacia la derecha y leyendo de derecha parte inferior hacia la parte superior pasando por el centro, provocando un choque visual con los elementos colocados en el otro extremo.

Esta pieza forma parte de una *producción* al igual que las figuras 2 y 4, cuyo tema principal es el ying-yang.

Ahora bien, la descripción de los signos en relación a lo que significan en el plano gráfico se hace mediante el estudio del **Nivel Pragmático**.

En dicho mural hay también un personaje antropomorfo –un *caracter*- connotadamente masculino cuyas características son la barba, los labios carnosos y los lentes de armazón grueso, igualmente la forma circular del brazo, un símbolo tribal representación solar del Mural 2.

El personaje tiene una aureola y alas, referentes simbólicos del bien, como no hay elementos representativos del mal, puede decirse que esta es una figura del bien, con la combinación de otros componentes distintivos como la mueca en su rostro y la posición de la mano, gestos ampliamente reconocidos en el ámbito del *hip-hop* por formar parte de la forma común de ellos al hablar.

El símbolo del ying-yang esta acompañado de una esfera negra, quizá sea esta la representación abstracta de la maldad o del lado 'oscuro' al que se refiere el símbolo, el color negro por su expresividad es la ausencia de luz, es oscuridad y simbologicamente representa la maldad, la muerte; en el símbolo del ying-yang lo Ying o negro es lo negativo, que en la cultura occidental denota lo malo mientras que lo blanco el Yang, es la luz, lo positivo, así encontramos ambos polos en la composición.

También puede considerarse una bola de billar (llamada 8 negro) que en la cultura del hip-hop y del ska es un elemento representativo. La graña solar tribal representa un tatuaje que junto con las características del rostro y las mímicas de la mano constituyen significantes representativos de de la cultura del *hip-hop*.

En cuanto a su interpretación con su referente y con el interpretante, **Nivel Semántico**, es factible que sea una conceptualización del bien y el mal, se este refiriendo también al lado espiritual del ser humano, sin olvidarse de la integración de factores distintivos del movimiento graffiti.



Fig. 3.3.3 Mural 3 "Producción Ying-yang"

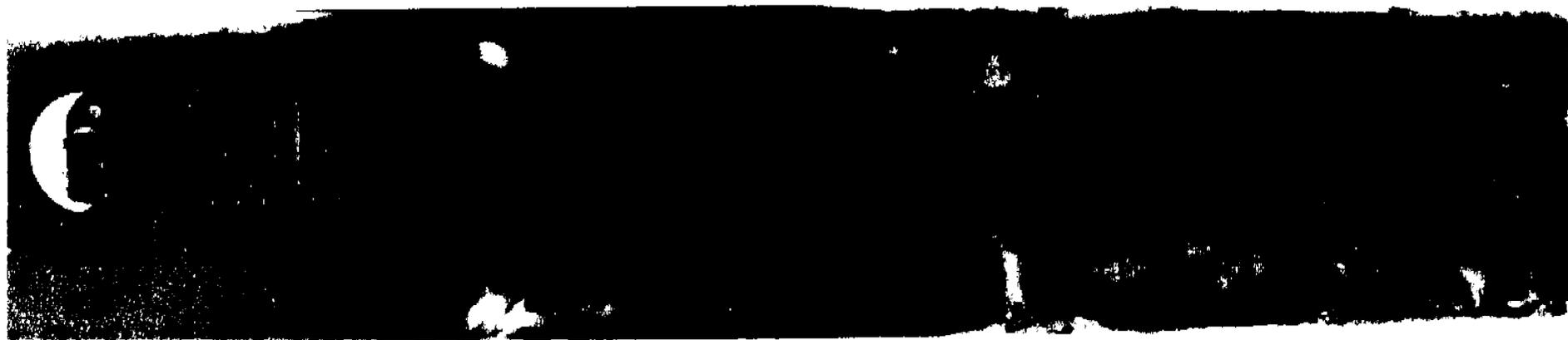


Fig. 3.3.4 Mural 4 "Producción Ying-yang"

El ying-yang, representado por su símbolo, expresa el balance o equilibrio de la energía y la materia viva. El *caracter* antropomorfo está modificado con elementos de la cultura *hip-hop* (tiene tatuaje y lentes) aunque a comparación del ser antropomorfo del Mural 2 este tiene mayores rasgos humanos, acompañado de características espirituales lo hacen una figura de poder superior a los seres humanos, lo que hace que sea una representación de un ser superior pero terrenal; a decir de los graffiteros autores del mural, esta figura es la representación de un guía espiritual de la religión del taoísmo, sin embargo reconocerlo como guía espiritual del tao es complejo pues sus características no connotan precisamente a uno de ellos.

Es una vez mas, una forma de expresión subjetiva que los graffiteros crean queriendo transmitir su idea del taoísmo.

#### Mural 4 "Producción ying yang"

La obra de la Fig. 3.3.4 se encuentra en la parte externa de un conjunto habitacional del mismo fraccionamiento, sobre el Eje 3. Sus medidas son 2.30 x 11.54 m.

**Nivel Sintáctico:** El mural se compone de cinco elementos principales: del lado izquierdo hay una figura ovalada con dos formas puntiagudas en la parte superior, un apéndice afilado dirigiéndose de la parte trasera hacia delante, al centro una figura mixta compuesta al centro por una forma ovalada con características antropomorfas y hacia cada lado se distinguen dos figuras *tridis*. Al extremo derecho otra figura similar a la de la izquierda pero con formas nebulosas saliendo de la parte trasera y un círculo ladeado en la parte superior de aspecto antropomorfo también. Hacia la parte que compone el fondo se observan ligeros

manchones colocados en forma centrifuga tomando como centro el ovalo central. En la parte superior hay varias graffas así como dos más en la parte central baja.

Esta primera parte se distingue de otra de menor tamaño colocada en el extremo izquierdo donde se incorpora un nuevo elemento circular contrastado con otro texto debajo de él, mismo que es recortado por una ventana, parte inamovible del muro.

Los colores que predominan son el azul, blanco y negro, lo que hace que esta obra sea monocroma en cuya concepción psicológica es fría y denota tranquilidad y espiritualidad.

Reconociendo estos signos dentro del **nivel Pragmático**, se considera que las figuras laterales son *caracteres* es decir, son representaciones animadas dentro del graffiti; el de la izquierda representa una lata de aerosol caricaturizada con cuernos, alas puntiagudas y una cola aguzada, tiene ojos grandes en blanco; en la parte izquierda media hay una forma *tridi* que nace del la figura central que el centro encierra una esfera voluminosa blanca.

La figura del centro es un rostro denotadamente masculino ligeramente humanizado, con ojos alargados uno mas grande que el otro y en blanco, de nariz pequeña, cara redonda, pómulos prominentes, labios delgados en una boca gesticulante, con una ligera barbilla de "piocha", sin cabello y un símbolo en la frente; hacia el lado derecho medio esta otra forma *tridi* que también nace del rostro central encerrando en su centro tres pequeñas esferas de color oscuro; hacia el extremo derecho esta otro aerosol animado livianamente contorsionado, con ojos alargados en blanco, con pequeñas alas traseras y una aureola ladeada sobre la válvula.

El fondo es de color azul claro y tiene varias figuras de aerosoles contorsionados con pequeñas alas, repartidos por todo el fondo, a manera de textura en marca de agua junto con ligeros manchones colocados en forma radial.

El nombre del *crew* sobrepuesto en una lata, a su vez sobreexpuesta sobre un símbolo de dos partes. El texto "Producción" se encuentran en la parte inferior del símbolo con letras cuadradas en color negro. Las firmas del *crew* se localizan en la parte superior a lo largo de todo el muro en negro también.

La composición de esta pieza quizá sea un poco más equilibrada que el resto de las ya estudiadas. Considerando únicamente la parte hasta donde se encuentra el fondo, las formas pueden captarse ubicadas en un plano de tres partes, aunque no precisamente simétricos; en dos partes si se hace una división de la parte superior a la inferior, donde tampoco hay simetría exacta. Sin embargo la colocación de las formas en el fondo da un leve efecto de perspectiva, un efecto centrífugo desde el centro (de ligero brillo blanco alrededor del rostro) y hacia fuera del muro.

Ya que este mural forma parte de la Producción del ying-yang (junto con los Murales 2 y 3) es aún más fácil encontrar el manejo del concepto en él. Lo que nos lleva a explicar el **Nivel Semántico** del mismo.

El rostro central, cuyas facciones remiten nuevamente a una figuras tipo zombi, reforzado por el gesto de la boca en presencia de dolor o de un grito, es de connotaciones espirituales y emocionales, con el símbolo en la frente se hace una marcada

referencia (considerando el reto de los murales de la producción para esta interpretación) sobre la dualidad de los seres y lo que le rodea sin olvidar agregarle rasgos del hip-hop (la barbilla).

Esta es quizá, la obra de mayor abstracción sobre el concepto dual ya que sus elementos connotativos son mayores a los graffiteros, también pudiera observarse que su composición hace referencia visual inherente al sentido del mensaje pues pudiera detectarse un tenue equilibrio en la colocación de las formas así como gracias al color.

El símbolo, reconocido ya como el Ying-Yang denota la presencia de contenido religioso. El ying-yang básicamente hace referencia al equilibrio de las cosas, en el universo y en el ser humano, considera que existe un eje central a partir del cual se establece la polaridad o dualidad de ellas.

En el mural, el punto central esta dado por el *carácter*, el ser antropomorfo (esta vez se trata de una representación denotativa de un ser superior más que un humano) y a cada lado el bien y el mal.

En la pieza se aprecia cierto equilibrio en la posición de los elementos y al ser el azul claro el color predominante le añade tranquilidad al mural, sin olvidar la combinación e interposición de elementos del graffiti.

Es también una expresión intrínseca de los graffiteros sobre la espiritualidad y misticismo que encuentran en la cultura oriental, es su representación del bien y el mal.

## Mural 5 "Hip hop"

Una obra más, ver Fig. 3.3.5, se encuentra sobre el Eje 3 del mismo fraccionamiento, en la parte trasera de la unidad habitacional. Sus medidas son de 11.84 x 2.27.5 m.

La estructura de este mural en cuanto al **Nivel Sintáctico**, permite identificar que: se compone de dos elementos *tridis* puestos en un primer plano debido a su tamaño y ubicación, el del lado izquierdo es de colores grises con tonos púrpuras, el de la porción derecha es en púrpura con rojo. Se encuentran dos escrituras a cada lado en forma centrípeta. Al centro un conjunto de elementos caricaturizados de tonalidades rojizas; a cada uno de sus lados, hacia la derecha una figura antropomorfa relativamente sentada; a la izquierda otra figura antro-pomorfa con una forma cilíndrica sobre ella, colocada en posición diagonal.

Este muro pudiera dividirse igualmente en una parte de mayor tamaño —a la izquierda— y otra de menor tamaño, donde nuevamente un componente del muro se incorpora a la pieza. En este extremo se observa otra figura animada con un globo de texto al lado, y varias grafías alrededor de ella.

Reconociendo una vez más los signos en relación a su significado propio y a la relación con los demás signos, se dice que se llega al plano **Pragmático** en el cual la descripción de los significados hace una primera interpretación del mensaje gráfico.

Las figuras centrales son: una figura humana con una lata de aerosol en su espalda y tiene los brazos extendidos; en medio hay tres elementos en tonos rojo-naranja que pueden traducirse como una radiograbadora, un micrófono y una lata de aerosol

contorsionados y un par de zapatos deportivos en un fondo de color morado tipo nube; hacia el extremo derecho esta una figura antropomorfa de espalda con cabello tipo *dreslocks* (mejor conocidas como rastas) ligeramente volteada hacia la derecha, una mochila y ropa holgada, sentado en una forma *tridi* que asemejan escalones, estas figuras centrales destacan los colores púrpuras, rojos y anaranjados en efecto de iluminación.

La palabra *Hip-hop* esta en letras mayúsculas en el fondo del graffiti a manera de versalitas en tonos azules remarcando únicamente los contornos con el color más oscuro. Las figuras están rodeadas de manchones tipo llamas de fuego en colores negro y morado; en la parte superior, de extremo a extremo, encontramos la firma de los miembros del *crew* con letras caligráficas y en color rosa.

En el extremo derecho, como una parte adicional al resto de la pieza esta un *character* con forma de vaca caricaturizada con un ojo de parche en cruz y la lengua de fuera, con un globo de texto tipo cómic donde se encuentra el breve texto que dice: Producción. Esta parte tiene el fondo tapizado de *taggs* de PEC en distintos colores y con distintas letras.

Predominan los colores azules, rojos, morados y negro. Los contrastes presentados son de choque, denotando un efecto fantástico además por estar sumamente saturados.

En cuanto a interpretación por parte de los espectadores, se llega al **Nivel Semántico**, donde gracias a que este mural se creó específicamente para el presente trabajo ha sido más accesible la identificación de los elementos básicos del graffiti.

La idea primaria es que fuera representativo del hip-hop que denotara los elementos del graffiti así como ciertas características del crew PEC. Por ejemplo, las formas tridimensionales fueron realizadas por los miembros poco experimentados del crew, las formas centrales y la vaca de la firma fueron ejecutadas por los más experimentados.

El micrófono, la radiograbadora, los tenis, la mochila en la espalda, las rastas y la lata de aerosol, son representaciones del hip-hop y el graffiti; la imagen del sujeto con el aerosol en la espalda pudiera ser una representación fantasiosa de un graffitero que se deja llevar por el aerosol que junto con la iluminación hace mayor lo ilusorio de esta idea. La figura con la mochila en la espalda con unas cuantas latas a un lado, connota al graffitero cuando termina su obra y la observa para dar el visto bueno; quizás también la forma de iluminación connota la ilegalidad algunas veces en la que realizan sus piezas, que son mayormente ilegales, de noche y con poca luz, en los puentes o lugares altos de los edificios.

El tema central de la pieza es el graffiti, en ella encontramos figuras asociadas al movimiento, como la música *rap* y los *raperos* (representados por el micrófono y la grabadora), los *skatos* (el personaje de 'rastas' y los tenis), las latas de aerosol y la mochila.

En este mural, más que encontrar una conceptualización abstracta encontramos una conceptualización denotativa, ya que todos los elementos son parte esencial del movimiento graffiti, incluso la firma con distintos tipos de *tagg* muestra las diferentes formas de ejecución y en ello podemos inspeccionar el manejo de tipografías primeramente caligráficas y/o decorativas-script, cuya

legibilidad es en realidad mínima para la gente no asociada a esta actividad.

Lo que se puede identificar a simple vista es el manejo de los colores, con contrastes principales de choque, algunas técnicas de luz y sombra así como la relación fondo figura o el espacio tridimensional y de planos remarcado por la superposición de los elementos y su tamaño.

De igual forma, se intenta buscar un equilibrio en la composición al manejar distintas formas siempre en relación a la posición de la figura central, buscando que el movimiento de continuidad se remarque por la dirección de ellas creando un ligero pero perceptible efecto concéntrico.

### **Mural 6 "Osama-Bush"**

La figura **No. 3.3.6** cuya ubicación y medidas se desconocen puesto que fue realizada y expuesta por un periodo de tiempo muy corto debido a la ilegalidad de su realización, es la única pieza con esta particularidad por lo que sus características de ejecución y calidad de técnica son pobremente apreciables.

La estructuración de un mensaje visual comienza por el reconocimiento de los signos y su conexión con el resto del plano gráfico, haciendo del **Nivel Sintáctico** el más descriptivo.

Este mural se compone de una figura elíptica de contorno grueso en color azul oscuro que ocupa de arriba hacia abajo la pared de color blanco, sobre la que sobresale una figura central en tonos grisáceos.

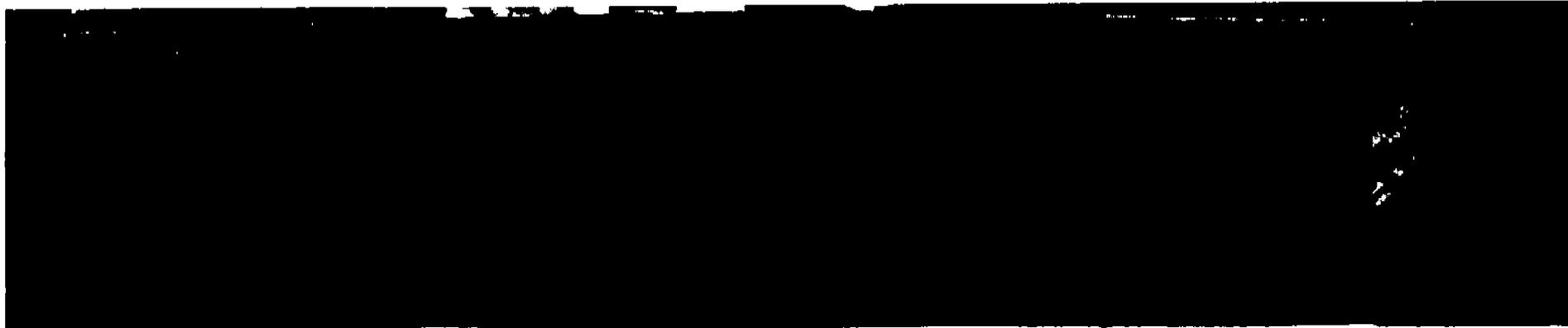


Fig. 3.3.5 Mural 5 "Hip Hop"



Fig. 3.3.6 Mural 6 "Osama-Bush"

En su interior se observa en la parte izquierda en el extremo inferior formas triangulares de tonos oscuros, hacia arriba se distinguen colores rojos y amarillos, un texto caligráfico hacia el lado izquierdo, en tonos azules con letras angulares y mayúsculas; en la parte derecha destacan formas cuadradas y rectangulares en tonos oscuros y con la misma parte de colores rojo y amarillo que el otro extremo.

Al centro sobresale una figura de aspecto humano, dos medios rostros de tonos grises y negros; el de la izquierda es de rasgos anguloso y grandes, con el ojo viendo al frente con una ceja delgada y curva, labios delgados enmarcados por un pequeño bigote y una gran barba que sale hasta el extremo inferior hasta por fuera de todo el conjunto, en la cabeza presenta una especie de turbante de color blanco.

El de la derecha tiene unas ligeras líneas en la parte superior que asemeja el cabello rizado, los rasgos de la nariz y la boca son grandes, con el ojo cerrado y apretado, la boca con la comisura hacia abajo y la nariz ancha, con líneas expresivas muy marcadas en la mejilla y la frente, como frunciendo el ceño. Por debajo de esta área y fuera del conjunto esta otra leyenda en letras angulosas y de color azul; a la misma altura pero en el extremo opuesto aparecen los tags de los autores (Mist, Carin -invitado especial del crew-, PEC Crew) en color negro.

Se procede a la interpretación de los signos consigo mismo y con sus referentes. Es una descripción secundaria que invariablemente esta conectada con el resto de los niveles semióticos mediante el **Nivel Pragmático**.

Los caracteres o personajes representados son, denotadamente personajes políticos cuyas características esenciales permiten reconocerles como: al lado izquierdo, Osama Bin Laden, ícono de la cultura de oriente medio cuyas aficiones terroristas lo han colocado en el panorama internacional; George W. Bush, en la parte derecha, ícono de la cultura americana, cuyos ideales bélicos y extremistas lo han hecho el símbolo del poderío norteamericano.

Los textos encontrados dicen: que dice "Adivina adivinador, uno defiende el Islam el otro su posición, a quien le das tu la razón?" , "Esta mañana se torno roja" son de connotación abstracta, con un sentido extremadamente relacionado al mural.

Así mismo, cada conjunto de formas al lado de ellos se refiere a regiones específicas de la nación que ellos representan, por ejemplo al lado derecho se aprecian dos edificios –las torres del World Trade Center- humeantes, mientras que del lado izquierdo se intentó representar grandes montículos de aren –los desiertos de oriente medio-.

Adentrándose a una mayor conceptualización y codificación de signos, significados, significantes se debe considerar el **Nivel semántico**.

Este mural es alusivo a los sucesos acontecidos el 11 de septiembre del año 2001 en la ciudad de New York. El texto "Adivina adivinador, uno defiende el Islam el otro su posición, a quien le das tu la razón?" es una alegoría, a su vez una interrogante, presentado quizás como una forma de interacción con el espectador ya que le invita a analizar el tema representado en este caso; la frase "Esta mañana se torno roja" una metáfora

que hace referencia no solo a lo arbóreo del cielo al despuntar el alba -es un texto retórico que representa la mañana roja- hora en la que acontecieron los atentados en Estado Unidos, por la sangre derramada de las víctimas que dejó el evento, tal como se aprecia en el mural donde la parte superior de la elipse representa el cielo con tonos amarillo por hacer referencia al amanecer.

Este mural puede ser mayormente reflexivo ya que toca aspectos sociales de trascendencia mundial, enfocado y concretizado desde la perspectiva del graffitero Mist y su crew. Quizá sea este mural el más breve en cuanto sus elementos pero el mayor en el plano conceptual, donde mediante el manejo de alegorías textuales, las fusiones visuales connotan la igualdad de estos seres tan opuestos pero tan afines debido a sus intereses particulares.

### 3.3.1. Niveles y códigos

Considerando al graffiti como una manifestación o expresión cultural, es factible reconocer hasta cierto punto, un sistema comunicacional equiparado al de la Comunicación Visual por su estructuración y/o construcción, entonces quizá es posible comparar los niveles de comunicación y semiótica que son estudiados en esta área.

Los signos visuales reconocidos como tales en esta propuesta de graffiti son cada uno de los elementos presentes en los murales. Son símbolos, formas, *caracteres*, colores incluso textos utilizados para expresar la ideología de los graffiteros en cada pieza.

Considerando los murales mencionados anteriormente (Fig. 1 a 6 como un conjunto o parte de una *producción*), detallar el **Nivel Sintáctico** nos permite encontrar los signos visuales, su estructura formal y relacional.

La estructuración armónica y las normas de visibilidad son consideradas aquí; los significantes entonces deben estar acoplados de manera que pueda existir un mensaje acertado, en todo caso, deberá también (en la cuestión de los murales graffiti) tener algún punto válido en cuanto a la finalidad de ser realizado.

Es decir, la ubicación de cada elemento en el plano "gráfico", en este caso la pared, permite la elaboración del mural, por ende, la combinación de sus propiedades favorece su asimilación.

Es observable que la ubicación de los elementos puede proveer cierta armonía o balance al conjunto, sin que precisamente se considere conceptualización al conformarlas, en el graffiti en su mayoría es de forma poco conciente y el ordenamiento de formas básicas puede ser inherente al momento de realizarlo.

Por ejemplo, el mural de la Fig. 5 está realizado con un elemento central y dos más a cada lado, lo que provee equilibrio al mural y establece una probable existencia de simetría en él pero realmente la estructuración de las formas aunado a esto permite una mejor sintaxis del mensaje gráfico.

El **Nivel Pragmático** puede referirse entonces a los individuos o grupos que conocen de graffiti y de la cultura *hip-hop* pues es ahí de donde surgen y algunas veces son ellos quienes los 'utilizan'; se relaciona con la practicidad de los signos o mensajes

visuales en relación a la actitud del receptor. Puede incluir la retroalimentación por parte del intérprete.

De forma general, en algunas ocasiones, los mismos graffiteros creadores de la pieza buscan la opinión o valoración de su trabajo mediante las opiniones de los demás miembros de su comunidad graffitera.

En caso de ser un mural con contenido social entonces es casi perceptible que su valoración será de acuerdo a la forma en que haya sido plasmada esa información y dependerá del punto de vista de cada individuo; sin embargo debe remitirse a tener sentido y ser pertinente con lo que desea manifestar, o sencillamente llamar la atención de las personas 'comunes' puesto que su campo de acción se ve limitado por las repercusiones socioculturales que ha traído consigo este movimiento y debido a su alto grado de codificación de formas.

Por ejemplo, en el caso del Mural 5 (Fig.3.3.5) es un mural representativo de la cultura del *hip-hop* (están los aerosoles, los 'chavos' graffiteros, los tenis utilizados por algunos 'skatos-graffiteros', la grabadora y el micrófono que representan la música *rap* y por ende el '*rapeo*') cuyo tema central no es de gran profundidad, y el tema se refiere solo a ciertos miembros de su propia comunidad por lo que probablemente no será de interés para los demás receptores. Es entonces donde el cuestionamiento sobre la validez del graffiti como instrumento comunicacional, obedece primeramente a su intencionalidad y a su contenido, a la forma en la que este realizado o a la calidad de su ejecución.

En cuanto al **Nivel Semántico**, el signo es considerado en relación a lo que significa, bajo ciertas circunstancias y en determinado contexto. La motivación para el uso de signos específicos en un ámbito determinado es denotativa.

El Mural Graffiti No. 6 es quizá el de mayor contenido conceptual, donde, dadas las características de la forma central es posible identificar dos rostros reconocidos en el ámbito de la política internacional en la época actual; así como en el Mural No. 1 donde se utilizan las representaciones icónicas de los llamados "héroes revolucionarios" reconocidos también casi mundialmente.

De esto, se deduce que la relación entre los tres niveles es intrínseco, cada uno necesita del otro para logra equilibrio en el mensaje; debe comenzarse con la estructuración de elementos y sus características principales (sintaxis), profundizando a la interpretación o valoración de estos elementos dentro del conjunto considerando las experiencias de los receptores (pragmático) y llegando a la interpretación hecha de los mismos en el entorno al momento de su transmisión a los receptores (semántico). Así, sin estructuración no hay mensaje sin mensaje no hay interpretación.

Por otra parte, desde el punto de vista de la comunicación visual y la gráfica, los aspectos o **códigos** a considerar son en cuanto al color, la tipografía y la iconicidad, que han sido mencionados en el primer capítulo del presente.

En realidad cada uno de estos aspectos esta detallado en la descripción de las piezas, pues ahí es donde se delimitan las formas, los colores y demás elementos propios del diseño como lo es la diagramación del plano gráfico.

Estudiando el color en el graffiti, de forma general, puede decirse que los colores empleados esencialmente son los primarios, muy saturados y convencionales.

Las gamas utilizadas son amplias pues los graffiteros la mayoría de las veces hacen sus propias mezclas de color (además por que el mercado ofrece poca variación de colores en lata o bien por la calidad de las pinturas a utilizar incluso por la cuestión monetaria) por lo que es difícil encontrar colores ocres o pasteles, aunque si llegan a hallarse en algunas obras, continuamente es producto de la casualidad más que la intención por utilizarlos, pues usan los colores que sobran y no siempre logran obtener el mismo tono que habían mezclado en principio.

En los murales objetos de estudio, encontramos además que manejan los contrastes complementarios, de tonalidades frías-calidas o simultáneas, además llegan a utilizar alrededor varias tonalidades o colores de forma arbitraria con la intención de provocar alguna sensación o simplemente como índices en la pieza.

Se observa la realización de degradados (como en la figura 5) que van del negro al blanco, rojo al morado, incluso de azul a negro. Suelen utilizar los degradados o los claroscuros para proveer profundidad a la pieza.

En cuanto al uso de textos con atribuciones tipográficas, puede decirse que es de forma independiente y personalizada, es decir, las letras empleadas podrían clasificarse como script o decorativas, que son en conjunto trazos libres, aproximados a la forma de escribir de cada individuo y no se emplean mucho con

propósitos específicos de legibilidad, son utilizados con un grado altamente ornamental, son sólo el toque final.

La variación del uso de tipografías esta dado por la posición, ya sea normal, en itálicas o en versalitas, en ocasiones utilizan los espejos, la combinación de altas y bajas o solo una forma de ellas; la legibilidad casi no esta presente pues muchas veces deben realizarse apresuradamente y son una forma de identidad básica para ellos, atendiendo además las directrices de originalidad del graffiti primitivo.

En su mayoría la realización de textos e incluso de anagramas, es ilegible puesto que para ellos es una forma más de codificar su lenguaje, y solo se hace entendible o reconocible para los miembros afines al movimiento.

En cuanto a otros aspectos tales como la composición y distribución de elementos, en realidad no son considerados premeditadamente por los *graffiteros* al momento de realizar los murales aunque muchas veces si es considerado en sus bocetos; es posible encontrar en algunos de ellos cierta armonía en el conjunto de las piezas y frecuentemente los elementos están colocados en puntos específicos y equilibrados que por la variación de tamaños o de dirección, es poco notorio además hace confusa y problemática la lectura del mural.

Tomando en consideración una cuadrícula básica colocada de forma imperceptible en las obras y propuesta por el autor del presente, se hace identificable la colocación de los elementos en ciertos segmentos equilibrados, aunque no en todos los murales. Igualmente la equiparación de ciertas formas básicas puede notarse en algunos elementos aunque reiterando que esto es

mayormente por mérito casual que intencional en los grandes murales.

Como se observa en las cuadrículas propuestas en cada mural, se hace posible descifrar formas circulares y elípticas que coinciden con los ejes de la misma. Muchas veces los graffiteros emplean formas similares en sus trabajos solo para proveer estética.

También es palpable la utilización de formas en repetición y gradación, la superposición de elementos, la combinación de fondo-figura, cambio de tonalidades (incluyendo transparencias) que en ocasiones proveen efectos visuales para algunas piezas, incluyendo gradaciones en tamaño, cambio de planos, manejo de la tridimensionalidad espacial y fusión de formas principalmente.

El crew PEC se caracteriza por utilizar varios elementos en una sola pieza, los textos aunque con menor frecuencia son cortos y alusivos al contenido siempre resaltados por estar en contraste con el resto del trabajo, utilizan colores oscuros para perfilar formas, utilizan frecuentemente colores brillantes y contrastados, predominan el color azul, rojo y el negro por ser, desde su punto de vista, los colores de mayor visibilidad o atracción.

El llamado "estilo PEC" puede determinarse por el empleo de formas burdas y grandes, sumamente delineadas, de colores contrastantes y la colocación de los *taggs* siempre de gran tamaño con aplicaciones frecuentes de formas *tridis* con degradación

### 3.4. Proceso de comunicación del graffiti

Al considerar la creación de graffiti como un medio expresivo es posible reconocer algunos de los elementos presentes en el proceso de comunicación. Si bien es cierto que la aprobación del graffiti en términos generales es aún indefinida, es también innegable que puede encontrarse cierta equivalencia con uno de los procesos de comunicación mencionado en el Capítulo 1.

Tomaremos por ejemplo el esquema de Joan Costa<sup>63</sup>:



Fig. 3.4.1

en el caso de estudio, el EMISOR corresponde al crew PEC en su totalidad pues es de ellos donde surge la intención primaria de transmitir o expresar su ideas y crear un mural, por lo que no es posible confrontarlos como Usuarios del diseño dado que los intereses del graffiti (expresar, manifestar) con relación a los del diseño y la comunicación visual (comunicar, informar, persuadir) son intensamente disímiles, además los graffiteros en su mayoría no se interesan por que su mensajes sean entendidos por la comunidad en general pero si por un sector particular.

Como el CODIFICADOR y Diseñador se puede comparar a cada uno de los miembros del crew, pues cada graffitero se encarga de codificar sus ideas en dibujos y elementos propios del

<sup>63</sup> Costa, Joan. *Imagen global*, Ed. CEAC, México, 1989, Pág. 59

graffiti para crear su mensaje; pero, aunque lleguen a dominar algunas técnicas del dibujo y representación, recordemos que los conocimientos y aptitudes no son comparables. Sin embargo la codificación que hace cada uno (diseñador – graffitero) esta dada por los intereses que cada uno aporta así como del conocimiento de sus herramientas a utilizar.

El MENSAJE o Producto del diseño puede referirse en el graffiti al tema o el concepto que se este manejando en esa obra (si es que existe).

El TRANSMISOR o Medio difusor es la pieza de graffiti en sí aunque como medio difusor nos referimos al muro donde se encuentre pintado el mural; la pared es el vehículo que contiene al mensaje, puesto que el mural no se transporta de un lugar a otro, es un medio espacialmente estático. Las condiciones de producción y la articulación de los recursos elegidos finalmente dirigen a una expresión: el MENSAJE.

En la realización de la obra, el graffitero esta condicionado por la determinación del medio –la pared- y así, deliberadamente, proporciona a este un nuevo factor expresivo, una resignificación (el medio en sí) y lo convierte por tanto en el mensaje. Aquí es donde se conjugan los elementos comunicacionales y se codifican los signos para la creación del muro conceptual de graffiti.

El RECEPTOR es toda persona que vea ese mural-graffiti, sin importar lo que sepa de él o como lo interprete; sin embargo como Consumidor solamente es posible reconocer a los individuos capaces de interpretar, codificar y entender un mural graffiti pues solo ellos harán, entonces, la supuesta interpretación requerida por los autores hacia el mural al momento de su creación.

Esto es, que tan solo los miembros afines al movimiento del graffiti podrán hacer una mejor absorción del mensaje contenido, aunque ocasionalmente, dado que algunos elementos son comunes a la gente puede suceder que sea comprendido por algunos, por ejemplo en aquellos murales que contienen caricaturas y animales, por mencionar algunos, logrando así cumplir con el cometido de común-icar, haciendo común un algo para alguien.

Haciendo que el esquema anterior se modifique un tanto así:

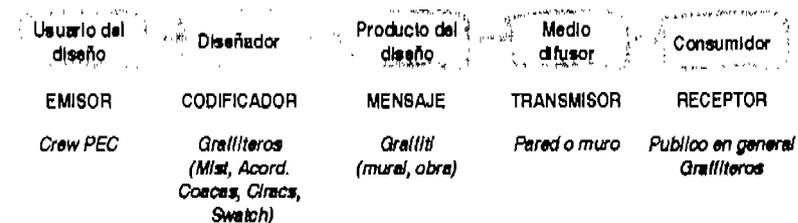


Fig. 3.4.2

### 3.5. Relación del Diseñador y comunicador visual con el graffiti

El diseñador y comunicador visual es un profesional dedicado a la creación de mensajes gráficos (por tanto visuales) que se encuentran presentes en el medio que rodea al ser humano. Es también un comunicador cuyo propósito primordial es transmitir un mensaje; es el encargado de codificarlo para que el ser humano (que es quien los recibe) pueda absorberlos rápidamente.

Por ende, los diseñadores y comunicadores deben conocer diversos aspectos que le sirvan al momento de desarrollar sus mensajes como los aspectos teóricos del diseño (color, forma, armonía, etcétera) así como los factores que lo rodean (a él y a su público receptor) en su medio ambiente (cultura, idioma, estrato social, tradiciones, edad, lugar de residencia) así como auxiliarse de otras disciplinas que le sirvan para ampliar y hacer eficaz la forma de realizar los mensajes visuales.

Anteriormente se ha mencionado que la ciudad se encuentra bombardeada de mensajes visuales que van del mínimo, desde volantes o las señales de tránsito, hasta los más acaparadores, llamativos y, tal vez, contaminantes tales como los espectaculares, los variados elementos arquitectónicos y hasta la escultura urbana. Muchas veces quien se encarga de crear nuevos mensajes que mantenga y atraiga la atención del receptor, es el diseñador.

Sin embargo existen otras formas de producir mensajes (como se ha visto en el Capítulo 2), esas formas alternas son creadas por otras personas, quizá 'comunicadores' con propuestas no sistematizadas o simplemente 'intencionados comunicadores'.

Siendo el diseñador y comunicador visual quien conoce del tema y siendo también una 'herramienta' de la sociedad que trabaja en función de ella y para ella, debe realizar estudios y cuestionamientos sobre aquellos a quienes va a dirigir un mensaje para obtener resultados prácticos, por tanto puede realizar cuestionamientos teóricos sobre las 'nuevas' formas de comunicación y/o expresión que surgen en la sociedad.

En el graffiti encontramos esquemas de representación que en cierta medida son indicaciones de la percepción que el autor o ejecutor posee de esa sociedad o del mundo en general, de ella – la sociedad- surgen las prácticas culturales que permiten su representación por medio de factores expresivos y/o creativos, lo cual atañe en su mayoría a la comunicación visual. Como en toda sociedad, los individuos –bien comunicadores, diseñadores, quizá graffiteros- conforman y canalizan los factores políticos, económicos y sociales, de las que forman parte las practicas y representaciones culturales.

Hablando del graffiti, su futuro es aún incierto debido a la controversia que causa su realización en diversos aspectos de la sociedad, sin embargo también se ha visto que en años recientes está siendo comercializado.

La comercialización se refiere a que se está utilizando en muchos medios para obtener mayores ventas que bien van dirigidos al mismo sector que se esta explotando, algunos de esos productos son videos, discos, carteles y publicaciones, por mencionar solo algunos. Cada vez su demanda es mayor como elemento decorativo de bares, antros y comercios diversos.

En otro caso, el graffiti integra técnicas y conocimientos así como ciertas habilidades (de trazo, armonía, manejo del color) para su realización y exige un buen manejo del aerosol, herramienta que pudiera ser comparada al aerógrafo pues se basa en la expulsión de pigmento por medio de aire.

Sin embargo la formación académica del diseñador le provee no solo los aspectos prácticos para el dibujo y la técnica grafica, sino que le provee las herramientas teóricas para hacer un

mensaje bien estructurado con ciertos aspectos cognoscitivos que hacen eficaz su diseño o mensaje, lo que normalmente no sucede con los graffiteros pues desconocen otros factores importantes para la realización de un trabajo funcional.

Quizá un punto de coincidencia sea el simple hecho de que tanto en el diseño como en el graffiti, existe la mediación de la inventiva y la técnica es decisiva para lograr representaciones o "expresiones", ambas se valen de representaciones icono-textuales producto de la manifestación cultural y expresión social.

Así, el Diseñador Gráfico y/o Comunicador Visual puede estar relacionado con el graffiti solo por considerarlo una forma de expresión urbana partícipe de la sociedad.

---

CONCLUSIONS

Este trabajo hace un breve recorrido por los aspectos más relevantes de la comunicación principalmente la visual. En el análisis de algunos esquemas comunicacionales resulta la presencia constante de cuatro elementos principales: emisor, mensaje, vehículo y receptor.

La semiótica de lo visual presenta esencialmente tres áreas de estudio en las que es posible encontrar los elementos principales y su interacción. La dupla de significado y significante son partes esenciales del signo de las que deriva la codificación para crear un mensaje.

Cada mensaje en el diseño gráfico debe atender a ciertas características para ser funcional, estas están dadas por los códigos de comunicación visual que son el iconográfico, tipográfico y cromático.

La comunicación y su proceso tienen cabida en la sociedad, cuya existencia se rige por los miembros en ella y por las corrientes que surgen. En las grandes concentraciones urbanas es donde se desenvuelven en su mayoría ciertas diferencias que van conformando la cultura.

Los movimientos culturales surgen con diversas formas de sentar precedentes evolutivos como las expresiones urbano-culturales, que atañen primariamente intereses sociales e ideológicos que a su vez responden a conformaciones de identidad en los individuos.

Así, el graffiti surge como una de esas manifestaciones, aunque en términos generales es un movimiento juvenil cuyas directrices son la expresión y revelación de su personalidad en la

sociedad. Algunas formas del graffiti, como los murales, pueden tener cierto valor como piezas artístico-culturales urbanas para cierto sector de la población juvenil o bien para artistas contemporáneos urbanistas.

Algunas características de la ejecución y confección de dichos murales pueden ser estudiadas bajo los lineamientos de la comunicación visual y del diseño gráfico.

Sin embargo la validación de los murales como medios artísticos no le atañe al diseño gráfico, sino que el análisis aquí propuesto lo estima en términos de un conjunto de signos y códigos acoplados en un mensaje ciertamente restringido a un reducido grupo de receptores. El mural graffiti para el presente trabajo es una forma análoga de comunicación y expresión social, sin considerar las demás formas del graffiti, cuya controversia ético-cultural es inevitable.

El mural, como un conjunto de elementos y signos codificados es un asunto de la comunicación visual, ya que en él existe una intención de transmitir "algo de-alguien-para alguien" con la utilización de técnicas y métodos quizás equiparables al diseño gráfico.

Las técnicas de realización y codificación del mensaje son los motivos propios en el análisis aquí presentado, desde los aspectos puramente básicos de la comunicación visual.

---

GLOSARIO

◆ **Blackbook:** (libro negro) es un cuadernillo de bocetaje, el nombre tiene su origen en los primitivos cuadernos que cada graffitero solía tener para hacer sus dibujos siempre de cubierta negra

◆ **Caracter:** se llama así en el graffiti a las figuras ejecutadas con ciertos rasgos de personalidad; ocasionalmente son dibujos retomados de los cómics o caricaturas animadas.

◆ **Cholo:** manifestación socio cultural resultado de la constante migración de latinoamericanos, especialmente mexicanos, hacia los Estados Unidos. Se origina por la combinación y transculturación de diversos elementos

◆ **Crew:** (tripulación, equipo/ personal) se llama así a los graffiteros pues es la forma en que se agrupan y se denominan, generalmente este vocablo está presente en el nombre del grupo, sin embargo en fechas recientes también se hacen llamar *squad* (cuadrilla)

◆ **Darker:** se llama así a los seguidores de la cultura de lo gótico, se dice que están relacionados al vampirismo y a lo 'oscuro'.

◆ **Escrlltor:** se llama también escritores a los graffiteros dedicados mayormente a la realización de firmas o tags.

◆ **Graffitero:** se conoce con este nombre a quienes realizan los murales graffiti, pueden ser llamados también *escritores* o *writers*.

◆ **Hip-hop:** considerado un movimiento cultural caracterizado por la música de orígenes afro americanos, tiene su mayor auge en Estados Unidos en la década de los 80's. De aquí derivan otras manifestaciones culturales allegadas a la música generalmente. Se guía a veces por las directrices de no a la violencia, las drogas y el racismo. Como parte de esta cultura pueden encontrarse a los b-boys o b-girls (bailan breakdance), DJ's (mezcladores de música), M'syncs (los que rapean o cantan) y el graffiti.

◆ **Obras:** los murales graffiti reciben este nombre por ser elementos que requieren mayor dedicación y su grado de ejecución es mayor, se requiere de una idea, tema o concepto unificado para llevarlo a cabo.

◆ **O'ners:** este nombre se aplica para aquellos graffiteros solitarios que no pertenecen a ninguna agrupación.

◆ **Performance:** (representación, interpretación) actividad artística que combina elementos diversos como escenografía, música, improvisación, danza, entre otros para crear un espectáculo impactante y atractivo

◆ **Pieza:** se denomina con este nombre a los graffiti que requieren mayor dedicación, así, pieza y obra pueden ser utilizados indistintamente para referirse a la misma noción.

◆ **Producción:** en el graffiti se le llama así al conjunto de *obras* o *piezas* unidas entre si por el contenido, mensaje o idea principal.

◆ **Punk:** forma de identidad juvenil surgida en los años 70's inicialmente en Inglaterra, surge como movimiento social anárquico caracterizado por la estafalaria vestimenta y peinado de sus seguidores.

◆ **Rap:** estilo musical derivado del hip-hop; se caracteriza por tener fusiones de ritmos africanos y afroamericanos (como el rythm and blues).

◆ **Raver:** forma de identidad juvenil que se caracteriza más que nada por la música electrónica y las actividades relacionadas como los raves o fiestas electrónicas.

◆ **Ská:** estilo de música originado en Jamaica, como una fusión de diversos estilos (jazz, música latina, swing, boogie y el mento, música típica de Jamaica). Su evolución dio paso a nuevos géneros musicales jamaquinos, como el rocksteady, el reggae, el dub y el dancehall. A pesar de ser un estilo musical de amplio historial, hasta los 80's tiene un resurgimiento con la introducción de combinaciones de distintos y nuevos estilos musicales como heavy metal, punk, hardcore, country e incluso salsa y mambo. Sin embargo no es sino hasta la década de los noventas que hay un renacer de este estilo por varios lugares alrededor del mundo. Al igual que otros estilos, el ská surge con una directriz primaria: el antirracismo.

◆ **Skate:** se le llama así a la actividad de patinar, ya sea patineta o patines.

◆ **Skato:** esta palabra puede prestarse a confusión con 'skate' sin embargo sus diferencias radican en que este nombre se da a quien gusta de escuchar música ská principalmente, se utiliza para referirse a la identidad juvenil de rasgos específicos de música y vestimenta (usualmente holgada, deportiva, con una larga cadena colgando del pantalón, este a mitad de la cadera, con la ropa interior asomándose en exceso), aunque en ocasiones pueden ser patinadores (o también llamados *patinetos*).

◆ **Spray can art:** frase de origen anglo que literalmente significa 'arte del manejo del spray', utilizada principalmente en EE.UU., se le conoce también así al graffiti.

◆ **Subterráneo:** (underground) se conoce así a todo aquello que surge de forma sub-cultural o clandestina principalmente en las ciudades, se refiere a diversas actividades tales como la música y la prensa, su principal característica es que son actividades no mercantilizadas y con poca o nula publicidad por lo que su difusión y conocimiento por parte de la sociedad se da solo en ciertos estratos culturales

◆ **Tagg:** (Etiquetar, denominar/ mancha) la forma primaria del graffiti se llama así y a quien lo realiza se le denomina *tagger*, consiste en realizar breves inscripciones o firmas para darse a conocer en el ámbito graffitero. Cuando esta actividad se realiza en vidrios con objetos más duros, se conoce como *scratch*.

◆ **Toy:** palabra despectiva que se utiliza para designar, dentro del graffiti, a los novatos o faltos de experiencia.

---

BIBLIOGRAFIA Y  
OTRAS FUENTES

## Bibliografía.

- ◆ Acha, Juan. Crítica del arte: teoría y práctica. Ed. Trillas, México, 1992.
- ◆ Barthes, Roland et al. La semiología. Ed. Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1970.
- ◆ Barthes, Roland. Elementos de semiología. Ed. Alberto Corazón, Madrid, s/f.
- ◆ Castleman, Craig. Los graffiti. Ed. Nueva comunicación/Hermann Blume, Barcelona, 1982.
- ◆ Costa, Joan. Imagen global, Ed. CEAC, Barcelona, 1991.
- ◆ Costa, Joan. Señalética, Ed. CEAC, Barcelona, 1988.
- ◆ De la Torre y Rizo, Guillermo. Introducción a la comunicación visual: el lenguaje de los símbolos gráficos. Ed. Limusa, México, 1992.
- ◆ Eco, Umberto. Signo. Ed. Labor, Barcelona, 1988.
- ◆ Eco, Umberto. Tratado de semiótica general. Ed. Lumen/Nueva Imagen, México, 1978.
- ◆ Hall, James. Diccionario de temas simbólicos y artísticos. Alianza Ed., Madrid, 1996.
- ◆ López Rodríguez, J. Manuel. Semiótica de la comunicación gráfica. Ed. INBA/UAM Azcapotzalco, México, S/F.
- ◆ Méndez Torres, Ignacio. El lenguaje oral y escrito en la comunicación. Ed. Limusa/Noriega, México, 1990.
- ◆ Moles, Abraham y Luc Janiszewski. Grafismo funcional. Ed. CEAC, Barcelona, 1990.
- ◆ Morris, Charles. Fundamentos de la teoría de los signos.
- ◆ Mounin, George. Introducción a la semiología. Ed. Anagrama, Barcelona, 1972.
- ◆ Munari, Bruno. Diseño y Comunicación visual, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1994.
- ◆ Olea, Oscar. Arte urbano. Ed. DGP/UNAM, México, 1980.
- ◆ Paoli, J. Antonio. Comunicación e información: perspectivas teóricas. Ed. Trillas/UAM, México, 1999.
- ◆ Prieto Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Ed. Premia, México, 1991.
- ◆ Prieto, Daniel. Diseño y comunicación. Ed. UAM Xochimilco, México, 1982.
- ◆ Roda Salinas, F.J. y R. Beltrán de Tena, Información y comunicación: los medios y su aplicación didáctica, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1988.
- ◆ Simpson Grimberg, Maximo. Comunicación alternativa y cambio social, Ed. Premia, México, 1986.

◆ Turnbull, Arthur y Russell N. Baird, Comunicación gráfica, Ed. Trillas, México.

◆ Traba, Martha. Arte de América Latina 1900-1980. Ed. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 1994.

◆ Valenzuela Arce, J. Manuel, Vida de barro duro: cultura popular juvenil y graffiti. Ed. U. de G. /CFN, México, 1997.

◆ Vilches, Lorenzo. Teoría de la imagen periodística. Ed. Paidós, Barcelona, 1993.

◆ Blackwell, Lewis. La tipografía del siglo XX. Ed. Gustavo Gilli, Barcelona,

#### **Diccionarios y enciclopedias:**

◆ Consultor Universal Grijalbo. Tomo 2, Ed. Grijalbo, Barcelona, 1986.

◆ Consultor Universal Grijalbo. Tomo 3, Ed. Grijalbo, Barcelona, 1986.

◆ Consultor Universal Grijalbo. Tomo 4. Ed. Grijalbo, Barcelona, 1990.

◆ Consultor Universal Grijalbo. Tomo5. Ed. Grijalbo, Barcelona, 1990.

◆ De la Mota, Ignacio. Diccionario de la Comunicación. Ed. Paraninfo, Barcelona, 1988.

#### **Tesis.**

◆ Montes Barcenas, Silvia. Graffiti: voz alternativa en las calles de la ciudad de México. Tesis de Licenciatura en Periodismo y comunicación colectiva, ENEP Acatlán, 2000.

◆ Cruz Nájera, Claudia y Eva L. Martínez C. Las paredes que nos hablan: visión psicosocial del graffiti. Informa final de investigación para Licenciatura en Psicología, UAM Xochimilco, 2001.

◆ Ocaña Hernández, Sara. Gritos de urbanidad: el graffiti en nuestra ciudad. Tesis de Licenciatura en Periodismo y Comunicación colectiva, ENEP Acatlán, 1995.

#### **Páginas Web:**

◆ <http://graffities.org>

◆ <http://graffiti.org>

◆ <http://www.positivos.com.es>

◆ <http://www.geocities.com/pachangitas/>

◆ <http://www.imj.mx>

◆ <http://www.terra.es/yingyang.html>